



**CONSILIUL COORDONATOR  
AL AUDIOVIZUALULUI  
DIN REPUBLICA MOLDOVA**

# **Ghid privind cadrul normativ în domeniul audiovizualului din Republica Moldova**

Chișinău 2014

## **CUPRINS:**

<b>Cuprins</b> .....	02
<b>Argument</b> .....	04
<b>CODUL AUDIOVIZUALULUI</b> .....	05
- Capitolul I. Dispoziții generale .....	06
- Capitolul II. Principiile de comunicare audiovizuală .....	10
- Capitolul III. Publicitate, teleshopping și sponsorizare .....	15
- Capitolul IV. Licențele .....	19
- Capitolul V. Control și sancțiuni .....	25
- Capitolul VI. Consiliul Coordonator al Audiovizualului .....	27
- Capitolul VII. Radiodifuzorii publici .....	33
- Capitolul VIII. Radiodifuzorii privați .....	41
- Capitolul IX. Dispoziții finale și tranzitorii .....	42
<b>STATUTUL CONSILIULUI COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI</b> .....	44
<b>Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr. 433 din 28.12.2006</b> cu privire la aprobarea Statutului, a structurii organizatorice și a efectivului-limită ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului .....	44
- Capitolul I. Dispoziții generale .....	46
- Capitolul II. Consiliul Coordonator al Audiovizualului .....	46
- Capitolul III. Președintele și vicepreședintele Consiliului .....	47
- Capitolul IV. Ședințele Consiliului .....	48
- Capitolul VI. Dispoziții finale .....	48
<b>REGULAMENTUL</b> cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie .....	49
- Capitolul I. Dispoziții generale .....	49
- Capitolul II. Licența de emisie .....	50
- Capitolul III. Autorizația de retransmisie .....	58
- Capitolul IV. Licența tehnică .....	59
- Capitolul V. Dispoziții finale .....	60
<b>DECIZII DE REGLEMENTARE</b>	
<b>Decizia CCA nr. 51 din 12.04.2007</b> cu privire la ponderea creațiilor muzicale autohtone în serviciile de programe radio și TV.....	62
<b>Decizia CCA nr. 127 din 26.12.2007</b> despre Codul de conduită al radiodifuzorilor .....	63
<b>CODUL DE CONDUITĂ AL RADIODIFUZORILOR</b> .....	63
<b>Decizia CCA nr. 21 din 26.02.2008</b> cu privire la accesul persoanelor cu deficiențe de auz la emisiunile TV .....	68
<b>Decizia CCA nr. 96 din 17.10.2008</b> despre obligația radiodifuzorilor și distribuitorilor de servicii privind informarea publicului asupra sancțiunilor aplicate de Consiliul Coordonator al Audiovizualului .....	70
<b>Decizia CCA nr. 133 din 23.12.2009</b> cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV .....	72

**Decizia CCA nr. 129 din 29.10.2010** cu privire la noua metodologie de monitorizare a serviciilor de programe ale radiodifuzorilor ..... 77

**MONITORIZAREA RADIODIFUZORILOR NAȚIONALI:**

**METODE ȘI TEHNICI** ..... 79

**Decizia CCA nr. 98 din 19.07.2012** cu privire la clasificarea programelor audiovizuale în scopul protecției copiilor ..... 119

**Decizia CCA nr. 99 din 19.07.2012** cu privire la respectarea drepturilor și protecția copilului în programele audiovizuale ..... 124

**Decizia CCA nr. 185 din 28.12.2012** cu privire la ponderea programelor autohtone în serviciile de programe audiovizuale ..... 127

**Decizia CCA nr. 1 din 25.01.2013** cu privire la difuzarea mesajelor de promovare a modului sănătos de viață ..... 129

# **ARGUMENT**



Republica Moldova

## **PARLAMENTUL**

**COD Nr. 260**

din 27.07.2006

### **CODUL AUDIOVIZUALULUI AL REPUBLICII MOLDOVA**

Publicat : 18.08.2006 în Monitorul Oficial Nr. 131-133 art Nr : 679

MODIFICAT

LP323 din 27.12.12, MO10-14/18.01.13 art.55

HCC17 din 06.12.12, MO273-279/28.12.12 art.28; în vigoare 06.12.12

LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12

LP111 din 17.05.12, MO130/26.06.12 art.426

LP84 din 13.04.12, MO103/29.05.12 art.349

LP181 din 19.12.11, MO1-6/06.01.12 art.4; în vigoare 01.03.12

LP43 din 05.07.11, MO122-127/29.07.11 art.338

LP222 din 17.09.10, MO210/26.10.10 art.696

LP216 din 17.09.10, MO191-193/01.10.10 art.634

LP164 din 09.07.10, MO191-193/01.10.10 art.632

LP42-XVIII din 20.10.09, MO157/22.10.09 art.442

LP172-XVI din 10.07.08, MO134-137/25.07.08 art.543

LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349

Parlamentul adoptă prezentul cod.

## Capitolul I

### DISPOZIȚII GENERALE

**Articolul 1.** Scopul și domeniul de aplicare

(1) Prezentul cod are drept scop asigurarea apărării drepturilor consumatorului de programe de a recepționa informații corecte și obiective, care ar contribui la libera formare a opiniei, asigurarea drepturilor radiodifuzorilor la libertate editorială și libertate de exprimare, instituirea principiilor democratice de funcționare a audiovizualului din Republica Moldova și stabilește, în spiritul drepturilor și libertăților constituționale, bazele juridice de reglementare a proceselor de:

a) concepere, transmisie și/sau retransmisie prin intermediul mijloacelor de televiziune și radiodifuziune a serviciilor de programe ale radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova;

b) exercitare a controlului societății asupra activității instituțiilor în domeniul audiovizualului din Republica Moldova.

(2) Prezentul cod nu reglementează comunicarea audiovizuală prin intermediul sistemelor de televiziune și radiodifuziune de tip închis care nu sînt destinate recepționării în masă și nici activitatea radioamatorilor.

**Articolul 2.** Semnificația termenilor utilizați

În sensul prezentului cod, următoarele noțiuni semnifică:

a) *transmisiune* - difuzare inițială prin unde radioelectrice, cablu sau satelit, în formă codificată sau necodificată, a serviciilor de programe destinate publicului;

b) *retransmisie* - captare și transmitere simultană a serviciilor de programe sau a unor părți importante din asemenea servicii, prin orice mijloace tehnice, în integritatea lor și fără nici o modificare, difuzate de radiodifuzori și destinate recepționării de către public;

c) *radiodifuzor* - persoană fizică sau juridică avînd responsabilitatea editorială pentru alcătuirea serviciilor de programe destinate recepționării de către public

care asigură difuzarea acestora direct sau prin intermediul unui terț;

d) *radiodifuzor public* - instituție audiovizuală națională sau regională, cu statut de persoană juridică de drept public, aflată în serviciul societății, independentă editorial, a cărei activitate este supravegheată de societate;

e) *radiodifuzor privat* - instituție audiovizuală cu statut de persoană juridică de drept privat;

f) *distribuitor de servicii* - orice persoană juridică ce pune la dispoziție publicului o ofertă de servicii de programe prin orice mijloc de comunicație electronică, inclusiv prin satelit, cablu sau eter, retransmise pe bază de relații contractuale cu radiodifuzorii ori cu alți distribuitori;

g) *serviciu de programe* - ansamblu al programelor sau emisiunilor de radio și televiziune, furnizate de un radiodifuzor;

h) *comunicare audiovizuală* - punere la dispoziție publicului a diverselor servicii de programe prin utilizarea frecvențelor terestre și a diferitelor mijloace tehnice (emițătoare, sateliți, cablu etc.);

i) *program sau emisiune* - produs audiovizual identificabil prin titlu, conținut, durată, formă sau autor în cadrul unui serviciu de programe;

j) *programe autohtone* - programe a căror producere sau coproducere este concepută de către radiodifuzori aflați în jurisdicția Republicii Moldova și/sau de către producători de programe independenți din Republica Moldova; [Art.2 lit.j] în redacția LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]

k) *producție proprie* - opere audiovizuale concepute sau procurate exclusiv de către radiodifuzor cu utilizarea mijloacelor tehnice, financiare și intelectuale proprii sau atrase în acest scop în bază de contract;

l) *publicitate* - orice formă de mesaj privind exercitarea unei activități comerciale, meșteșugărești, profesionale, avînd scopul de a promova furnizarea de bunuri sau prestarea de servicii contra cost, o cauză sau o idee sau de a produce un alt efect dorit de către cel care se ocupă de reclamă sau de radiodifuzorul însuși, difuzat în baza unui contract cu o persoană fizică sau juridică, publică sau privată, în schimbul unui tarif sau al unor alte beneficii, orice formă de mesaj difuzat în scopuri autopromotionale;

m) *publicitate mascată* - prezentare (prin cuvinte, sunete sau imagini), făcută intenționat în scop publicitar nedeclarat, a bunurilor, serviciilor, denumirilor, mărcilor comerciale sau activităților unui producător de bunuri sau prestator de servicii; o asemenea formă de prezentare este considerată intenționată mai ales atunci cînd este făcută în schimbul unor avantaje materiale, al unor servicii reciproce sau al altor beneficii cu efect similar în folosul radiodifuzorului sau în folosul personal;

n) *teleshopping* - difuzare către public a unor oferte comerciale directe privind furnizarea contra cost a unor bunuri sau, după caz, prestarea unor servicii;

n<sup>1</sup>) *plasare de produse* - orice formă de prezentare constînd în includerea unui produs, serviciu sau a mărcii acestuia ori mențiunea unui produs, serviciu sau a mărcii acestuia, astfel încît acesta să fie prezentat în cadrul unui program în schimbul unei plăți sau contraprestații;

[Art.2 lit.n<sup>1</sup>] introdusă prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]

o) *sponsorizare* - orice contribuție făcută de o persoană fizică sau juridică neimplotată în activități în domeniul audiovizualului, dacă această contribuție este desti-

nată exclusiv finanțării programelor audiovizuale, în scopul promovării propriului nume, a mărcii comerciale, a imaginii, a propriilor activități sau produse;

p) *eveniment de importanță majoră* - orice eveniment organizat care are o importanță majoră pentru o parte semnificativă a publicului;

q) *licență de emisie* - act oficial prin care Consiliul Coordonator al Audiovizualului acordă unui radiodifuzor aflat sub jurisdicția Republicii Moldova dreptul de a difuza, într-o zonă determinată, un anumit serviciu de programe;

r) *autorizație de retransmisie* - act oficial prin care Consiliul Coordonator al Audiovizualului acordă dreptul de retransmisie a unui serviciu de programe pe teritoriul Republicii Moldova;

s) *licență tehnică* - act oficial prin care autoritatea administrației publice centrale de specialitate legalizează utilizarea mijloacelor tehnice de telecomunicații prin eter și prin cablu conform parametrilor prevăzuți și acordă titularului licenței de emisie obținute pe bază de concurs, în condițiile stabilite de aceasta, dreptul de a utiliza, pentru o perioadă determinată, una sau mai multe frecvențe radioelectrice;

t) *consumator de programe* - orice persoană fizică sau juridică ce recepționează servicii de programe transmise sau retransmise pe teritoriul Republicii Moldova;

u) *ore de maximă audiență* - interval de timp cuprins între orele: 06.00-09.00; 19.00-23.00 pentru TV; 06.00-13.00; 17.00-20.00 pentru radio;

v) *spațiu informațional* - spectru de frecvențe radio sau unde radioelectrice terestre;

w) *opere audiovizuale europene* - opere de creație ale căror producere și coproducere sînt controlate de persoane fizice sau juridice europene.

### **Articolul 3. Difuzarea operelor audiovizuale europene**

(1) În sensul prezentului cod, opere europene sînt:

a) operele originare din Republica Moldova sau din statele membre ale Uniunii Europene;

b) operele originare din țerte state europene participante la Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră care îndeplinesc condițiile menționate la alin.(3);

c) operele originare din alte state europene care îndeplinesc condițiile menționate la alin.(4).

(2) Prevederile alin.(1) lit.b) și c) sînt aplicabile sub rezerva neadoptării de către statele respective a unor măsuri discriminatorii împotriva operelor provenite din Republica Moldova sau din statele membre ale Uniunii Europene.

(3) Operele menționate la alin.(1) lit.a) și b) sînt opere realizate preponderent de către autori și lucrători rezidenți în unul dintre statele respective și îndeplinesc una dintre următoarele condiții:

a) sînt realizate de unul sau mai mulți producători stabiliți în unul sau mai multe dintre statele respective;

b) producția lor este supervizată și controlată efectiv de unul sau mai mulți producători stabiliți în unul sau mai multe dintre statele respective;

c) contribuția coproducătorilor din aceste state la totalul costurilor de coproducție este preponderentă, iar coproducția nu este controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara statelor respective.

(4) Operele menționate la alin.(1) lit.c) sînt opere realizate exclusiv sau în coproducție cu producători stabiliți în unul sau mai multe state europene cu care Re-



publica Moldova sau Uniunea Europeană a încheiat acorduri referitoare la sectorul audiovizual dacă sînt realizate în principal de către autori și lucrători rezidenți în unul sau mai multe state europene.

(5) Operele care nu sînt considerate opere europene în sensul alin.(1), dar care sînt realizate în baza unor tratate bilaterale de coproducție încheiate cu terțe țări, vor fi considerate opere europene, în scopul aplicării prevederilor prezentului cod, dacă coproducătorii din Republica Moldova sau din statele membre ale Uniunii Europene furnizează un procent majoritar din totalul costurilor producției, iar aceasta nu este controlată de unul sau mai mulți producători stabiliți în afara Republicii Moldova și a statelor membre ale Uniunii Europene.

(6) Operele care nu sînt opere europene în sensul alin.(1) și (5), dar care sînt realizate în principal de către autori și lucrători rezidenți în Republica Moldova sau în statele membre ale Uniunii Europene, vor fi considerate opere europene, în scopul aplicării prezentului cod, într-un procent corespunzător procentului contribuției coproducătorilor din Republica Moldova sau din statele membre ale Uniunii Europene la totalul costurilor de producție.

(7) De la data aderării Republicii Moldova la Uniunea Europeană, radiodifuzorii aflați în jurisdicția Republicii Moldova vor rezerva operelor europene nu mai puțin de 51% din timpul lor de difuzare, cu excepția timpului afectat emisiunilor informative, evenimentelor sportive, programelor de divertisment, publicității, serviciilor de teletext și teleshopping.

(8) Pînă la data aderării, va fi rezervată o proporție semnificativă operelor audiovizuale autohtone și proprii. Această proporție, avînd în vedere responsabilitățile informaționale, educaționale, culturale și de divertisment ale radiodifuzorului față de publicul său, va fi realizată progresiv, conform prevederilor art.11.

(9) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va urmări aplicarea prevederilor alin.(7) și (8), stabilind mecanismele concrete de implementare.

(10) Prevederile alin.(1)-(6) nu se vor aplica serviciilor de programe ale radiodifuzorilor locali și regionali care nu fac parte dintr-o rețea națională.

#### **Articolul 4.** Radiodifuzorul aflat sub jurisdicția Republicii Moldova

(1) În sensul prezentului cod, un radiodifuzor este considerat aflat sub jurisdicția Republicii Moldova dacă întrunește una dintre următoarele condiții:

a) are sediul principal în Republica Moldova, iar deciziile editoriale asupra serviciilor de programe sînt luate în Republica Moldova;

b) sediul lui principal se află în Republica Moldova, iar o parte majoritară a forței de muncă implicate în activitatea de difuzare activează în Republica Moldova;

c) deciziile editoriale asupra serviciilor de programe se iau în Republica Moldova, iar o parte majoritară a forței de muncă implicate în activitatea de comunicare audiovizuală activează în Republica Moldova sau într-un stat membru al Uniunii Europene în care radiodifuzorul își are sediul.

(2) Radiodifuzorii care nu întrunesc nici una dintre condițiile prevăzute la alin. (1) și nu sînt stabiliți în alt stat participant la Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră sînt considerați a fi în jurisdicția Republicii Moldova dacă se află în una dintre următoarele situații:

a) utilizează o frecvență acordată de autoritatea publică competentă din Republica Moldova;

b) utilizează o capacitate de satelit ce aparține Republicii Moldova;

c) utilizează o legătură ascendentă la satelit situată pe teritoriul Republicii Moldova.

(3) Dacă, în stabilirea jurisdicției aplicabile, criteriile prevăzute la alin.(1) și (2) nu sînt relevante, radiodifuzorul va fi considerat în afara jurisdicției Republicii Moldova.

(4) Dreptul de transmisie și dreptul de retransmisie a oricărui serviciu de programe al unui radiodifuzor, respectiv distribuitor de servicii, care se află sub jurisdicția Republicii Moldova sînt recunoscute și garantate în condițiile prezentului cod.

(5) Transmisia unui serviciu de programe de către un radiodifuzor aflat sub jurisdicția Republicii Moldova se poate face numai în baza licenței de emisie și a licenței tehnice. Retransmisia serviciilor de programe de către un distribuitor de servicii aflat sub jurisdicția Republicii Moldova se poate face numai în baza autorizației de retransmisie de programe și a licenței tehnice. Derogările de la alineatul respectiv sînt prevăzute la art.30 alin.(1) și (2).

#### **Articolul 5. Clasificarea radiodifuzorilor**

În sensul prezentului cod, radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova se clasifică după cum urmează:

- a) în funcție de tipul de proprietate și scopul activității, există:
  - radiodifuzori publici;
  - radiodifuzori privați;
- b) în funcție de acoperire teritorială, există:
  - radiodifuzori locali, a căror acoperire cuprinde o localitate;
  - radiodifuzori regionali, a căror acoperire cuprinde o zonă geografică ce nu depășește 60% din teritoriul Republicii Moldova;
  - radiodifuzori naționali, a căror acoperire cuprinde o zonă geografică ce depășește 60% din teritoriul Republicii Moldova.

## **Capitolul II**

### **PRINCIPIILE DE COMUNICARE AUDIOVIZUALĂ**

#### **Articolul 6. Garantarea moralității și asigurarea protecției minorilor**

(1) Radiodifuzorului îi este interzisă difuzarea de programe care conțin orice formă de incitare la ură pe considerente de rasă, religie, naționalitate, sex.

(2) Este interzisă difuzarea de programe care pot afecta grav dezvoltarea fizică, mentală sau morală a minorilor, în special programele care conțin pornografie, violență exagerată sau limbaj licențios.

(3) Transmisia unor alte programe decît cele prevăzute la alin.(2) susceptibile de a afecta dezvoltarea psihică, mentală sau morală a minorilor se va face doar în cazul în care vor fi asigurate condițiile (prin selectare a timpului de emisie sau prin mijloace tehnice) ca minorii aflați în zona de acoperire să nu poată vedea și auzi emisiunile respective.

#### **Articolul 7. Echilibrul și pluralismul politico-social**

(1) În spiritul respectării libertăților și a drepturilor fundamentale ale omului, prin transmisia și retransmisia serviciilor de programe se realizează și se asigură pluralismul politic și social, diversitatea culturală, lingvistică și religioasă, informa-

rea, educarea și divertismentul publicului.

(2) Acordând timpi de antenă unui partid sau unei mișcări politice pentru propagarea pozițiilor acestora, radiodifuzorul trebuie să ofere, de asemenea, în cadrul aceluiași gen de programe și la aceeași oră, timpi de antenă altor partide și mișcări politice fără tergiversări neîntemeiate și fără a favoriza un partid anume, indiferent de procentajul reprezentării sale parlamentare.

(3) Pentru încurajarea și facilitarea exprimării pluraliste a curentelor de opinie, radiodifuzorii au obligația de a reflecta campaniile electorale în mod veridic, echilibrat și imparțial. Concepțiile radiodifuzorilor privind reflectarea campaniilor electorale se aprobă de Consiliul Coordonator al Audiovizualului și sînt prezentate Comisiei Electorale Centrale, în strictă concordanță cu legislația în vigoare.

(4) Pentru a asigura în cadrul emisiunilor informative ale radiodifuzorilor respectarea principiilor echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității, aceștia vor plasa fiecare știre astfel încît:

a) informația care compune știrea să fie veridică;

b) să nu fie deformat sensul realității prin tertipuri de montaj, comentarii, mod de formulare sau titluri;

c) în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse.

(5) Pentru a proteja pluralismul și diversitatea politică, socială și culturală, concentrarea proprietății este limitată la dimensiuni care să asigure eficiența economică, dar care să nu genereze apariția de poziții dominante în formarea opiniei publice.

#### **Articolul 8. Independența și libertatea editorială**

(1) Radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova au dreptul să decidă liber asupra conținutului emisiunilor și programelor lor, respectînd principiul de pluralitate a opiniilor în conformitate cu cadrul juridic și condițiile expuse în licența de emisie.

(2) Cenzura de orice fel asupra comunicării audiovizuale este interzisă.

(3) Independența editorială a radiodifuzorilor este recunoscută și garantată prin lege.

(4) Sînt interzise ingerințele de orice fel în conținutul, forma sau modalitățile de prezentare a elementelor serviciilor de programe din partea autorităților publice sau a oricăror alte persoane din afara instituției respective a audiovizualului.

(5) Nu constituie ingerințe normele de reglementare emise de Consiliul Coordonator al Audiovizualului în aplicarea prezentului cod și cu respectarea dispozițiilor legale, precum și a normelor privind drepturile omului, stabilite în tratatele internaționale la care Republica Moldova este parte.

#### **Articolul 9. Libera recepționare a serviciilor de programe**

(1) Prezentul cod recunoaște și garantează dreptul oricărei persoane de a recepționa liber serviciile de programe oferite publicului de către radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova și a statelor membre ale Uniunii Europene și ale Convenției europene cu privire la televiziunea transfrontalieră, în conformitate cu condițiile tehnice și comerciale stabilite de radiodifuzori și distribuitorii de servicii. Gestionarii fondului locativ de orice tip nu vor împiedica asigurarea prestării calitative a serviciilor de programe către locatari de către distribuitorii de servicii.

(2) Difuzarea și retransmisia serviciilor de programe contra plată pot fi efectuate doar în bază de contract încheiat cu consumatorul de programe conform legislației

în vigoare. Distribuitorii de servicii vor asigura crearea unor pachete de servicii de programe pe criteriile nediscriminatorii și la prețuri accesibile diverselor categorii ale populației.

(3) Plățile pentru serviciile de programe și serviciile accesorii (conectare, reparație etc.) prestate consumatorului de programe se vor efectua exclusiv în baza facturilor sau a notelor de plată doar la sediul, oficiile comerciale ale distribuitorilor de servicii sau la bănci și oficii poștale. Colectarea plăților prin intermediul terților sau în numerar la domiciliul sau sediul consumatorului de programe este interzisă.

#### **Articolul 10.** Drepturile consumatorului de programe

(1) În Republica Moldova, dreptul la informare completă, obiectivă și veridică, dreptul la libera exprimare a opiniilor și dreptul la libera comunicare a informațiilor prin intermediul mijloacelor de radiodifuziune și televiziune sînt garantate de lege.

(2) Apărarea drepturilor consumatorilor de programe este asigurată de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în a cărui sarcină este pusă coordonarea activității audiovizuale, precum și de către instanțele de judecată.

(3) Instanța de judecată va acționa în vederea apărării drepturilor consumatorului de programe la sesizarea sa de către titularul acestui drept.

(4) Organele investite cu atribuții de coordonare în domeniul audiovizualului acționează în vederea asigurării drepturilor prescrise de prezentul articol la sesizarea sa de către titularul acestui drept sau din oficiu.

(5) Radiodifuzorii sînt obligați să asigure obiectivitatea informării consumatorului de programe, favorizînd libera formare a opiniilor.

#### **Articolul 11.** Protejarea patrimoniului lingvistic și cultural-național

(1) La elaborarea Strategiei de acoperire teritorială cu servicii de programe, Consiliul Coordonator al Audiovizualului va ține cont de specificul lingvistic la nivel național și local și va asigura ca, de la 1 ianuarie 2010, cel puțin 70% din numărul de frecvențe să fie oferite serviciilor de programe transmise în limba de stat. Această prevedere nu se referă la valorificarea pieselor muzicale.

(2) De la 1 ianuarie 2010, cel puțin 80% din volumul serviciilor de programe ale radiodifuzorilor vor constitui producție proprie, autohtonă și opere europene, din al căror volum 50% vor fi transmise în orele de maximă audiență.

(3) Pînă la 1 ianuarie 2007, producția proprie și autohtonă cu caracter informativ și analitic difuzată de radiodifuzor va fi nu mai puțin de 65% în limba de stat. Începînd cu 1 ianuarie 2007, această producție va constitui nu mai puțin de 70 %, iar din 1 ianuarie 2010, nu mai puțin de 80%.

(4) Serviciile de programe de cultură și muzică difuzate în orele de maximă audiență vor cuprinde producție autohtonă în proporție de cel puțin 60% din volumul săptămînal rezervat transmisiunii genului respectiv de producție audiovizuală.

(5) Fragmentele de emisiuni transmise în alte limbi vor fi însoțite de traducere în limba de stat (dublare, sonorizare sau subtitrare). Această prevedere nu se aplică emisiunilor de studiere a limbilor străine și valorificării clipurilor muzicale.

(6) În cazul în care radiodifuzorul va prezenta emisiunea în o altă limbă decît cea de stat, limba emisiunii se va indica în programul de emisiuni publicat.

(7) Filmele artistice și cele documentare vor fi prezentate cu dublaj sau subtitrare păstrîndu-se coloana sonoră originală, iar filmele pentru copii vor fi dublate sau sonorizate în limba de stat.

(8) La crearea ofertelor de programe pentru retransmisie, distribuitorii de servi-

cii vor acorda prioritate serviciilor de programe realizate în limba de stat.

(9) În localitățile în care reprezentanții unei minorități naționale constituie majoritatea populației, radiodifuzorii locali și regionali vor asigura difuzarea unor programe în limba de stat în proporție de nu mai puțin de 20% din serviciul de programe. Activitatea în domeniul lingvistic a companiei „Teleradio Găgăuzia” va fi reglementată de asemenea de autoritățile abilitate ale U.T.A.Găgăuzia.

(10) Radiodifuzorii sînt obligați să respecte normele ortografice, ortoepice, morfologice și sintactice ale limbii de stat.

[Art.11 al.(10) introdus prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]

#### **Articolul 12.** Protejarea spațiului informațional național

Spectrul de frecvențe radio sau unde radioelectrice terestre este patrimoniul național al statului care nu poate fi utilizat decât în condițiile legii.

**Articolul 13.** Accederea consumatorului de programe la evenimentele de importanță majoră

(1) Accesul consumatorului de programe la evenimentele de importanță majoră prin intermediul serviciilor de programe difuzate de către radiodifuzori este garantat de lege.

(2) Evenimentele de importanță majoră pot fi difuzate în exclusivitate numai dacă emisiunea nu privează o parte importantă a publicului din Republica Moldova de posibilitatea de a le urmări în direct sau în transmisie decalată.

(3) Sînt evenimente de importanță majoră:

- a) jocurile olimpice;
- b) concursurile internaționale de muzică;
- c) campionatele sportive europene și mondiale;
- d) alte evenimente prevăzute de convențiile și tratatele internaționale din domeniul audiovizualului.

(4) Accesul persoanelor cu deficiențe de auz (surde) la emisiunile televizate de importanță majoră și de actualități este garantat prin interpretarea, din contul radiodifuzorului, acestora în limbajul mimico-gestual cel puțin 20 de minute din timpul zilnic de emisii ale serviciului de programe.

[Art.13 al.(4) modificat prin LP172-XVI din 10.07.08, MO134-137/25.07.08 art.543]

#### **Articolul 14.** Asigurarea confidențialității surselor de informare

(1) Caracterul confidențial al surselor de informare utilizate în conceperea sau elaborarea de știri, de emisiuni sau de alte elemente ale serviciilor de programe este garantat prin lege.

(2) Orice jurnalist sau realizator de programe este liber să nu dezvăluie date de natură să identifice sursa informațiilor obținute în legătură directă cu activitatea sa profesională.

(3) Se consideră date de natură să identifice o sursă de informare următoarele:

- a) numele, numărul de telefon, adresa, alte date personale, precum și vocea sau imaginea unei surse;
- b) circumstanțele concrete ale obținerii informațiilor de către jurnalist;
- c) partea nepublicată a informației furnizate de sursa jurnalistului;
- d) datele cu caracter personal ale jurnalistului sau radiodifuzorului, legate de activitatea pentru obținerea informațiilor difuzate.

(4) Persoanele care, prin efectul relațiilor lor profesionale cu jurnaliștii, iau cunoștință de informații de natură să identifice o sursă prin colectarea, tratarea editorială sau publicarea acestor informații beneficiază de aceeași protecție ca și jurnaliștii.

(5) Dezvăluirea unei surse de informare poate fi dispusă de instanțele de judecată numai dacă această dezvăluire este necesară pentru apărarea siguranței naționale sau ordinii publice, precum și pentru soluționarea cauzei în instanță de judecată, atunci când:

a) nu există sau au fost epuizate măsurile de alternativă la divulgare cu efect similar;

b) interesul legitim al divulgării depășește interesul legitim al nedivulgării.

#### **Articolul 15. Protecția jurnaliștilor**

(1) Autoritățile publice abilitate asigură:

a) protecția jurnaliștilor în cazul în care aceștia sînt supuși unor presiuni sau amenințări de natură să împiedice ori să restrîngă în mod efectiv libera exercitare a profesiei lor;

b) protecția sediilor, a localurilor radiodifuzorilor în cazul în care acestea sînt supuse unor amenințări de natură să împiedice sau să afecteze libera desfășurare a activității lor.

(2) Protecția jurnaliștilor, a sediilor sau a localurilor radiodifuzorilor, în condițiile alin.(1), nu trebuie să devină pretext pentru a prejudicia libera exprimare a jurnaliștilor, pentru a împiedica sau a restrînge libera exercitare a profesiei ori a revendicării drepturilor fundamentale de către jurnaliști.

(3) Constrîngerea autoritară (psihică), exercitarea presiunii prin intimidare a teleradiojurnaliștilor pentru a-i determina să încalce normele deontologice ale jurnalistului se pedepsesc conform legii.

#### **Articolul 16. Dreptul la replică, rectificare și la remedii echivalente**

(1) Orice persoană fizică sau juridică, indiferent de cetățenie, naționalitate și domiciliu, care se consideră lezată în drepturile sale legitime și, în special, în reputația sa prin prezentare în emisiune a unor fapte incorecte are dreptul la replică, rectificare sau dreptul de a cere remedii echivalente în conformitate cu prevederile Codului civil.

(2) Radiodifuzorul asigură exercitarea dreptului la replică, rectificare sau la alte remedii echivalente și nu împiedică exercitarea acestuia prin impunere de termene și condiții nerezonabile.

(3) Despre cererea de exercitare a dreptului la replică, radiodifuzorul este sesizat în scris în termen de 20 de zile de la transmiterea emisiunii la care se referă cererea. Radiodifuzorul difuzează răspunsul în aceeași emisiune, în același interval de timp și cu aceeași durată, în termen de 15 zile de la data examinării cererii prealabile, iar dacă emisiunea care a difuzat această informație apare mai rar decît o dată la 15 zile, răspunsul este transmis în următoarea emisiune. În cazul în care emisiunea este exclusă din grila de emisie, răspunsul se difuzează în același interval de timp și cu aceeași durată, în termen de cel mult 15 zile de la data examinării cererii.

*[Art.16 al.(3) în redacția LP43 din 05.07.11, MO122-127/29.07.11 art.338]*

(4) Persoana care își exercită dreptul la replică nu rambursează cheltuielile aferente difuzării răspunsului.

(5) Cererea de exercitare a dreptului la replică poate fi respinsă dacă o asemenea

replică nu este justificată, potrivit condițiilor specificate la alin.(1).

(6) Difuzarea rectificării sau acordarea dreptului la replică nu exclude dreptul persoanei lezate de a se adresa în instanță de judecată.

(7) Radiodifuzorii asigură înregistrarea emisiunilor difuzate.

(8) Înregistrările se păstrează cel puțin 30 de zile de la data emisiunii.

(9) În cazul în care a parvenit solicitarea dreptului la replică, radiodifuzorul este obligat să păstreze înregistrările pînă la consumarea definitivă a litigiilor.

#### **Articolul 17.** Difuzarea anunțurilor ce vizează starea de urgență

(1) În caz de pericol grav pentru securitatea publică sau ordinea constituțională, radiodifuzorii sînt obligați să transmită operativ și din cont propriu anunțurile oficiale ale Parlamentului, Președintelui și Guvernului în cadrul tuturor programelor sale.

(2) Radiodifuzorii transmit fără întârziere și în mod gratuit în cadrul tuturor programelor lor informația parvenită de la autoritățile publice centrale, necesară protejării vieții, sănătății și securității oamenilor sau prevenirii prejudicierii proprietății sau mediului.

#### **Articolul 18.** Respectarea drepturilor de autor și a drepturilor conexe

(1) Transmisia și retransmisia serviciilor de programe se efectuează cu respectarea obligatorie a drepturilor de autor și a drepturilor conexe, în conformitate cu legislația privind dreptul de autor și drepturile conexe.

(2) Radiodifuzorii sînt obligați să încheie contracte, fie direct cu titularii drepturilor de autor și drepturilor conexe, fie cu reprezentanții acestora sau cu organizațiile de gestiune colectivă a dreptului de autor și/sau a drepturilor conexe, potrivit împuternicirilor și licențelor deținute.

*[Art.18 al.(2) modificat prin LP111 din 17.05.12, MO130/26.06.12 art.426]*

(3) Retransmisia unui serviciu de programe în lipsă de contract încheiat cu radiodifuzorul, distribuitorul de servicii sau cu un alt titular de drepturi asupra serviciului de programe retransmis constituie încălcare a drepturilor de autor și a drepturilor conexe și se sancționează în modul corespunzător.

## **Capitolul III**

### **PUBLICITATE, TEleshopping și SPONSORIZARE**

#### **Articolul 19.** Publicitate și teleshopping

(1) Timpii de antenă ai radiodifuzorilor utilizați pentru publicitate sau teleshopping constituie produsul comercial al acestora.

(2) Radiodifuzorii sînt liberi să ofere timp de emisie destinați publicității sau teleshoppingului doar posturilor de televiziune pentru care dețin licență de emisie, cu respectarea condițiilor prezentului cod.

*[Art.19 al.(2) în redacția LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]*

(3) Distribuitorii de servicii nu au dreptul să plaseze publicitate sau teleshopping în serviciile de programe retransmise. Începînd cu 1 iulie 2013, distribuitorii de servicii acoperă publicitatea și teleshoppingul din serviciile de programe străine retransmise.

[Art.19 al.(3) modificat prin LP323 din 27.12.12, MO10-14/18.01.13 art.55]

[Art.19 al.(3) în redacția LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 01.01.13]

[Art.19 al.(4) abrogat prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 01.01.13]

(5) În publicitatea și teleshopping-ul televizat nu se admite:

a) utilizarea tehnicilor care acționează asupra subconștientului;  
b) utilizarea vocii sau imaginii prezentatorilor de știri, prezentatorilor sau comentatorilor din emisiunile dedicate evenimentelor și problemelor politice actuale.

(6) Publicitatea, inclusiv publicitatea autopromoțională, și teleshopping-ul trebuie să respecte următoarele condiții:

a) să nu afecteze dezvoltarea fizică, psihică sau morală a minorilor;  
b) să nu prejudicieze demnitatea umană;  
c) să nu includă nici o formă de discriminare pe motiv de rasă, religie, naționalitate, sex;

d) să nu aducă ofensă convingerilor religioase sau politice ale telespectatorilor și radioascultătorilor;

e) să nu stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației;

f) să nu stimuleze comportamente dăunătoare mediului;

g) să nu stimuleze comportamente indecente sau imorale;

h) să nu promoveze, direct sau indirect, practici oculte.

(7) Publicitatea și teleshopping-ul sînt difuzate în conformitate cu Legea cu privire la publicitate.

(8) Publicitatea și teleshopping-ul care aduc atingere intereselor legale ale consumatorilor sînt interzise.

(9) Orice formă de publicitate sau teleshopping pentru țigări sau pentru alte produse din tutun este interzisă.

(10) Publicitatea pentru produsele farmaceutice și tratamentele medicale pentru care este necesară o prescripție medicală este interzisă. Radiodifuzorii prin al căror intermediu se face publicitate produselor farmaceutice și tratamentelor medicale ce nu necesită prescripție medicală vor include în mesajul publicitar recomandarea de a se adresa medicului sau farmacistului în cazul manifestării de reacții adverse și vor plasa pe ecran, pentru 5 secunde sau pe tot parcursul clipului publicitar, numărul licenței de comercializare eliberate de organul de stat abilitat. Nu se admite folosirea în clipuri publicitare a actorilor sau personajelor în rol de medic sau profesor pentru produse farmaceutice și tratamente medicale.

(11) Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele condiții:

a) să nu fie adresate minorilor ori să nu prezinte minori consumînd băuturi alcoolice;

b) să nu stabilească o legătură între consumul de alcool și îmbunătățirea calităților fizice, psihice sau a abilității în conducerea de vehicule;

c) să nu sugereze că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale ori sexuale;

d) să nu sugereze că alcoolul are calități terapeutice sau că acesta este stimulent, sedativ sau mijloc de rezolvare a problemelor personale;

e) să nu încurajeze consumul exagerat de alcool și să nu pună într-o lumină ne-



gativă consumul moderat de alcool;

f) să nu accentueze exagerat conținutul de alcool al băuturilor.

(12) Publicitatea televizată și teleshopping-ul televizat nu trebuie să provoace nici o daună morală, fizică sau intelectuală minorilor și, în special:

a) să nu instige în mod direct minorii să cumpere un produs sau serviciu, prin exploatarea lipsei de experiență sau a credulității acestora;

b) să nu încurajeze în mod direct minorii să își convingă părinții sau alte persoane să cumpere bunurile sau serviciile care fac obiectul publicității;

c) să nu exploateze încrederea specială pe care minorii o au în părinți, profesori sau în alte persoane;

d) să nu prezinte în mod nejustificat minori în situații periculoase.

(13) Teleshopping-ul trebuie să respecte condițiile menționate la alin.(1)-(9) și să nu incite minorii să încheie contracte pentru vânzarea sau închirierea de bunuri ori servicii.

(14) Publicitatea mascată și teleshopping-ul mascat sînt interzise.

### **Articolul 19<sup>1</sup>. Plasare de produse**

(1) Radiodifuzorii sînt în drept să efectueze plasarea de produse doar în condițiile și în cazurile prevăzute de prezentul articol.

(2) Plasarea de produse este permisă în programe și emisiuni ce constituie producție autohtonă.

(3) Programele în care sînt plasate produse trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții:

a) să nu afecteze responsabilitatea și independența editorială a radiodifuzorului;

b) să nu încurajeze în mod direct cumpărarea sau închirierea produselor sau serviciilor respective;

c) să nu scoată în evidență în mod exagerat produsele și/sau serviciile în cauză.

(4) Radiodifuzorii sînt obligați să difuzeze anunțul privind plasarea de produse:

a) la începutul și la sfîrșitul programului în care sînt plasate produse;

b) la reluarea, după o pauză publicitară, a programului în care sînt plasate produse.

Anunțul trebuie să asigure o percepție clară și vizibilă a mesajului.

(5) Plasarea de produse se accepta în următoarele modalități de utilizare a produsului: în fundal, mînuire (atingerea produsului), expunere implicită (folosirea produsului), garderobă (purtarea produsului), verbalizare (menționarea produsului), verbalizare și mînuire (menționarea și atingerea produsului).

(6) Verbalizarea nu va conține referiri la caracteristicile de identificare a produsului plasat.

(7) Volumul total de timp folosit pentru plasarea de produse în programe și emisiuni ce constituie producție autohtonă nu poate depăși 2 minute dintr-un total de 30 de minute ale programelor și emisiunilor difuzate.

(8) Este interzisă plasarea de produse care se referă la băuturile alcoolice, produsele din tutun, produsele și tratamentele medicale, la activitatea cazinourilor, jocurile electronice și la cîștigurile bănești.

*[Art.19<sup>1</sup> introdus prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]*

### **Articolul 20. Cerințele față de programele sponsorizate**

(1) Programele sponsorizate trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- a) conținutul și intercalarea lor în serviciul de programe nu trebuie, în nici o circumstanță, să fie influențate de sponsor, astfel încât să nu fie afectate independența editorială și responsabilitatea radiodifuzorului în raport cu programele respective;
- b) denumirea sau marca sponsorului trebuie să fie distinct evidențiată ca atare la începutul și/sau sfârșitul acestor programe;
- c) să nu încurajeze achiziționarea sau închirierea produselor ori a serviciilor sponsorului sau ale unui terț, în particular prin referiri promoționale speciale la aceste produse ori servicii, decât prin intermediul clipurilor publicitare.

(2) Nici un program nu poate fi sponsorizat de persoanele fizice sau juridice a căror activitate principală este fabricarea sau comercializarea țigărilor ori a altor produse din tutun.

(3) Sponsorizarea programelor de către persoane ale căror activități includ fabricarea ori comercializarea produselor medicale sau a tratamentelor medicale se poate face numai prin promovarea numelui sau a imaginii persoanei respective, excluzându-se orice referire la produsele farmaceutice sau tratamentele medicale pentru care este necesară o prescripție medicală.

(4) Pot fi sponsorizate doar producțiile autohtone. Emisiunile politice și programele de știri nu pot fi sponsorizate.

*[Art.20 al.(4) în redacția LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]*

#### **Articolul 21.** Condițiile de difuzare a spoturilor publicitare sau de teleshopping

(1) Publicitatea și teleshopping-ul se difuzează grupat, fiind ușor de identificat prin marcaje corespunzătoare și fiind separate de alte părți ale serviciului de programe prin semnale optice și acustice.

(2) Radiodifuzorii vor plasa obligatoriu în cadrul grupajului prevăzut în alin.(1) logotipul propriu, astfel desemnând persoana juridică responsabilă de difuzare a publicității. Această prevedere nu se aplică serviciilor de programe radiofonice.

(3) Spoturile publicitare, autopromoționale și de teleshopping se inserează numai între programe sau între părți de emisiuni.

(4) În cazul în care într-o emisiune televizată lipsesc părțile autonome, ea poate fi întreruptă pentru plasarea spoturilor de publicitate și teleshopping dacă astfel nu sînt prejudiciate integritatea emisiunii și interesele titularului de drepturi la emisiune și dacă între fiecare întrerupere a emisiunii sînt nu mai puțin de 20 de minute.

(5) În cadrul programelor alcătuite din părți autonome sau în cadrul difuzării unor competiții sportive ori a unor alte evenimente sau emisiuni structurate similar, care conțin pauze, spoturile de publicitate și teleshopping pot fi introduse doar între părți sau în pauze.

(6) Filmele artistice și cele televizate (cu excepția serialelor, filmelor documentare și emisiunilor de divertisment) cu durata mai mare de 45 de minute pot fi întrerupte pentru spoturile de publicitate o dată la fiecare 45 de minute. În continuare, se permite întreruperea filmelor dacă durata lor nu este mai puțin de 110 minute.

(7) Publicitatea sau teleshopping-ul nu se plasează în program imediat pînă la sau după difuzarea serviciului divin și nici o difuzare a serviciului divin nu poate fi întreruptă pentru publicitate sau teleshopping.

(8) Dacă un program de televiziune, altul decât cele menționate la alin.(3), este întrerupt de spoturi de publicitate, trebuie să existe un interval de minimum 20 de minute între două pauze publicitare succesive în interiorul programului respectiv.

(9) Emisiunile de actualități, pentru copii, cele politice și filmele documentare nu se întrerup cu spoturi de publicitate și teleshopping dacă durata acestor emisiuni este de până la 30 de minute.

**Articolul 22.** Volumul de publicitate și teleshopping

(1) Timpul de transmisiune dedicat publicității nu poate depăși 15% din timpul de difuzare a serviciului de programe televizate, iar împreună cu spoturile de teleshopping nu poate depăși 20% din timpul zilnic de transmisiune a serviciului de programe televizate.

(2) Radiodifuzorii care retransmit vor acoperi publicitatea retranslată din alt stat, țară de origine a canalului retransmis.

(3) Volumul spoturilor de publicitate nu poate depăși 12 minute pe oră.

(4) Emisiunea de teleshopping durează fără întreruperi nu mai puțin de 15 minute. Numărul maxim de emisiuni de teleshopping pe zi poate fi 8, iar durata lor totală nu poate depăși 3 ore.

(5) Publicitatea nu include:

a) anunțurile de prezentare a propriilor programe de către radiodifuzor și a produselor auxiliare ce decurg din acestea;

b) anunțurile difuzate în mod gratuit în interesul public;

c) apelurile la acțiuni de caritate;

d) spoturile în susținerea campaniilor naționale de comunicare ce promovează mesaje sociale.

(6) Furnizorii de publicitate și teleshopping nu au dreptul să influențeze conținutul emisiunilor sau elaborarea serviciului de programe.

## Capitolul IV

### LICENȚELE

**Articolul 23.** Licența de emisie

(1) Licențele de emisie pentru difuzarea serviciilor de programe pe cale radioelectrică terestră se eliberează de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului în bază de concurs.

(2) Licențele de emisie pentru difuzarea serviciilor de programe prin orice alte mijloace de telecomunicații decât cele radioelectrice terestre se eliberează în baza deciziei Consiliului Coordonator al Audiovizualului fără concurs.

(3) Licența de emisie se eliberează de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului potrivit următoarelor condiții:

a) eliberarea licenței de emisie va avea ca efect respectarea ulterioară a obiectivelor stabilite de Strategia de acoperire teritorială cu servicii de programe în concordanță cu Planul național al frecvențelor radioelectrice;

b) eliberarea licenței de emisie va corespunde principiului de asigurare a pluralismului în domeniul audiovizualului, excluzându-se posibilitatea creării premiselor pentru instituirea monopolului și concentrării proprietății în domeniul audiovizualului și în domeniul mass-mediei în genere, ținându-se cont de gradul în care radiodifuzorii licențiați existenți corespund deja acestei cerințe;

c) decizia de eliberare a licenței va fi luată doar ținându-se cont de viabilitatea

financiară reală a solicitantului, în măsura în care propunerile acestuia corespund posibilităților sale financiare;

d) la eliberarea licenței de emisie, vor avea prioritate solicitanții care oferă servicii de programe proprii, autohtone și opere europene.

(4) Procedura și condițiile de eliberare a licenței de emisie vor fi publicate în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(5) Pentru transmisia serviciilor de programe radio, licența de emisie se acordă pentru o perioadă de 7 ani, pentru transmisia serviciilor de programe televizate - pentru 7 ani, iar pentru transmisia serviciilor de programe radio sau TV prin cablu, licența de emisie se acordă pentru 6 ani.

(6) În conformitate cu Strategia de acoperire națională, Consiliul Coordonator al Audiovizualului decide și publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului și în alte mijloace de informare în masă din Republica Moldova, inclusiv locale, anunț cu privire la concursul pentru frecvențele disponibile. Anunțul va cuprinde:

a) condițiile și termenul limită pentru prezentarea solicitărilor;

b) tipul mijlocului de informare în masă (radio, televiziune etc.);

c) cerințele față de serviciul de programe;

d) parametrii tehnici ai frecvenței, capacitatea maximă a emițătorului, cuprinderea teritorială;

e) termenul de valabilitate a licenței de emisie;

f) mărimea taxei de stat pentru licența de emisie;

g) solicitarea-tip care va prevedea cel puțin următorii indici obligatorii: organigrama și capitalul instituției pretedente, datele de identificare ale proprietarului, conținutul și durata programelor propuse, orientarea programului, auditoriul consumator de programe, sursele de finanțare a serviciilor de programe, copiile de pe contractele de procurare a tehnicii necesare sau de arendă a acestora, alte date care confirmă potențialul tehnic al solicitantului;

h) planul de afaceri complet pentru perioada de acoperire a validității licenței de emisie solicitate, informația referitoare la alte afaceri în domeniul mass-mediei.

(7) Pe parcursul termenului prevăzut pentru depunerea ofertelor, Consiliul Coordonator al Audiovizualului va da publicității concepția serviciilor de programe propuse și informațiile despre participanții la concurs.

(8) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va fixa data desfășurării concursului nu mai târziu decât peste 20 de zile de la expirarea termenului de depunere a ofertelor.

(9) În urma examinării obiective și imparțiale, conform criteriilor prevăzute la alin.(3), a ofertelor prezentate de solicitanți, Consiliul Coordonator al Audiovizualului va desemna câștigătorul concursului.

(10) În privința rezultatelor concursului, Consiliul Coordonator al Audiovizualului emite o decizie, pe care o publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova în termen de 15 zile de la data adoptării, susceptibilă atacului în instanță de judecată.

(11) Licența de emisie va conține cerințe exhaustive față de serviciile de programe ale radiodifuzorului public, reglementate prin prezentul cod.

(12) Titularii licenței de emisie sînt obligați să înștiințeze în scris Consiliul Coordonator al Audiovizualului, cu cel puțin 72 de ore înainte de prima transmisie, despre începutul emisieii. Pîna la respectarea condițiilor de licențiere, inclusiv res-

pectarea integrală a concepției generale de programe, emisia este interzisă.

[Art.23 al.(12) modificat prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]

#### **Articolul 24.** Prolungirea licenței de emisie

(1) Licența de emisie se prelungește de drept radiodifuzorului, la solicitare, dacă acesta a activat în conformitate cu prevederile prezentului cod și a respectat, pe parcursul termenului de validitate a licenței de emisie, condițiile prevăzute în ea.

(2) Licența de emisie radiodifuzorului prevăzut la alin.(1) i se prelungește pe termenul indicat la art.23 alin.(5).

(3) Radiodifuzorul prevăzut la alin.(1) poate solicita prelungirea licenței de emisie nu mai mult decât de două ori.

#### **Articolul 25.** Indicii licenței de emisie

(1) Licența de emisie cuprinde:

- a) numărul său;
- b) datele de identificare ale titularului ei;
- c) tipul serviciului de programe;
- d) denumirea și elementele de identificare ale serviciului de programe;
- e) formatul de principiu al serviciului de programe și structura programelor;
- f) zona de difuzare;
- g) perioada de valabilitate;
- h) taxele și tarifele care trebuie achitate;
- i) echipamentul de comunicații electronice folosit pentru difuzare și deținătorul acestuia;
- j) frecvența sau frecvențele asignate, după caz;
- k) prevederea că radiodifuzorul este obligat să activeze în limitele prevăzute de prezentul cod, Codul de conduită elaborat de Consiliul Coordonator al Audiovizualului, de alte legi ce reglementează domeniul audiovizualului;
- l) prevederea că radiodifuzorul este obligat să se conformeze solicitărilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului de a prezenta informații despre activitatea sa și regulamentelor elaborate de acesta;
- m) prevederea că radiodifuzorul este obligat să păstreze înregistrările programelor difuzate pe un termen de cel puțin 30 de zile de la data difuzării și să pună aceste înregistrări la dispoziția Consiliului Coordonator al Audiovizualului și instanței de judecată în cazul cererii de exercitare a dreptului la replică, rectificare și la remedii echivalente sau în cazul cererii legate de monitorizarea serviciilor de programe;
- n) prevederea că radiodifuzorul este obligat să respecte drepturile consumatorului de programe la informare completă, obiectivă și veridică, la libera exprimare, la libera formare a opiniilor, asigurând corectitudinea și imparțialitatea știrilor.

(2) La solicitarea titularului, conținutul licenței de emisie poate fi modificat nesemnificativ, prin decizie a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, în termen de 30 de zile de la eliberare, în vederea asigurării plene a intereselor auditoriului radiodifuzorului respectiv, cu excepția cazurilor când modificarea solicitată contravine Strategiei de acoperire teritorială cu servicii de programe.

(3) Consiliul Coordonator al Audiovizualului poate modifica conținutul licenței de emisie pe parcursul validității ei pentru a conforma activitatea radiodifuzorului cu prevederile intervenite pe parcurs în legislația în vigoare.

## **Articolul 26.** Cesiunea licenței de emisie

(1) Licența de emisie poate fi cesionată unui terț doar cu acordul Consiliului Coordonator al Audiovizualului și cu condiția că noul titular își asumă toate obligațiile care decurg din licență.

(2) În termen de 15 zile de la data primirii solicitării, Consiliul Coordonator al Audiovizualului decide asupra cesiunii licenței de emisie.

## **Articolul 27.** Retragera licenței de emisie

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului poate retrage licența de emisie doar în cazul în care:

- a) titularul nu îndeplinește sistematic condițiile specificate în licență;
- b) titularul încalcă exigențele prezentului cod;
- c) titularul a prezentat informații false pentru a obține licența;
- d) titularul nu începe difuzarea serviciului de programe de cel mult un an de la data eliberării licenței;
- e) titularul a încetat să difuzeze serviciul de programe pentru care i s-a acordat licență mai mult de 45 de zile din cauze de natură tehnică și mai mult de 72 de ore din orice alte cauze;
- f) sînt încălcate normele privind regimul proprietății în audiovizual;
- g) este retrasă licența tehnică;
- h) titularul depune cerere în acest sens.

(2) Consiliul Coordonator al Audiovizualului aplică retragerea licenței de emisie, în conformitate cu procedura și cu modul stabilite de prezentul cod și de alte acte legislative, doar după ce a epuizat celelalte modalități de sancționare prevăzute la art.38.

*[Art.27 al.(2) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

## **Articolul 28.** Autorizația de retransmisie

(1) Retransmisia serviciilor de programe de către distribuitorii de servicii se face numai în baza autorizației de retransmisie eliberată de Consiliul Coordonator al Audiovizualului și cu acordul producătorului serviciilor de programe preconizate pentru retransmisie.

(2) Pentru obținerea autorizației de retransmisie, solicitantul are obligația de a comunica Consiliului Coordonator al Audiovizualului structura ofertei serviciilor de programe retransmise.

(3) Procedura de eliberare, modificare și de retragere a autorizației de retransmisie se stabilește prin decizie a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, în modul stabilit de prezentul cod și de alte acte legislative.

*[Art.28 al.(3) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

(4) Consiliul retrage autorizația de retransmisie în cazul în care distribuitorul de servicii retransmite un serviciu de programe fără deținerea drepturilor de retransmisie sau în cazul cererii titularului.

(5) Pentru obținerea autorizației de retransmisie a serviciului de programe, solicitantul înaintează o cerere adresată Consiliului Coordonator al Audiovizualului. În cerere se indică numele, prenumele, cetățenia (în cazul persoanelor juridice - denumirea firmei), adresa solicitantului, informații privitoare la faptul dacă acesta participă la alte mijloace de informare în masă în calitate de fondator (acționar).

(6) La cererea pentru obținerea autorizației de retransmisie, solicitantul anexează:

- a) conceptul general al serviciului de programe a cărui retransmisie o solicită;
- b) dovada achitării taxei de stat;
- c) acordul încheiat cu producătorul serviciului de programe preconizat pentru retransmisie.

#### **Articolul 29.** Condițiile retransmisiei serviciilor de programe

(1) În cazul retransmisiei unui serviciu de programe sau a unei părți din acesta, trebuie să se păstreze semnul de identificare al producătorului programului, cu specificarea semnelor de identificare a persoanei care retransmite.

(2) Titularul autorizației de retransmisie a unui serviciu de programe pe teritoriul Republicii Moldova care nu ține de jurisdicția statelor membre ale Uniunii Europene sau statelor membre ale Convenției europene privind televiziunea transfrontalieră este responsabil de corespunderea conținutului programului retransmis cerințelor prezentului cod.

(3) Titularii autorizației de retransmisie, cu excepția cazurilor de imposibilitate practică, vor notifica în prealabil Consiliul Coordonator al Audiovizualului despre orice modificare din structura ofertei serviciilor de programe retransmise.

(4) În localitățile în care reprezentanții unei naționalități sau etnii reprezintă o pondere mai mare de 20%, distribuitorii de servicii, titulari ai autorizației de retransmisie, vor asigura și retransmisia serviciilor de programe în limba minorității respective.

(5) Distribuitorii care retransmit servicii de programe prin rețele de telecomunicații vor include cu titlu gratuit în ofertele lor serviciile de programe ale radiodifuzorilor publici și, după posibilitate, ale radiodifuzorilor locali.

(6) Lista serviciilor de programe televizate străine permise pentru retransmisie pe teritoriul Republicii Moldova este făcută publică de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului.

*[Art.29 al.(6) introdus prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 01.07.13]*

(7) Distribuitorii care retransmit servicii de programe prin rețele de telecomunicații vor include în ofertele lor numai posturile de televiziune din străinătate ale căror servicii de programe nu conțin publicitate și teleshopping.

*[Art.29 al.(7) introdus prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 01.07.13]*

#### **Articolul 30.** Libera retransmisie

(1) Retransmisia oricărui serviciu de programe difuzat legal de către radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova ori sub jurisdicția unui stat cu care Republica Moldova a încheiat acord internațional de liberă retransmisie în domeniul audiovizualului este liberă în condițiile legii și nu necesită licență prealabilă.

(2) Retransmisia pe teritoriul Republicii Moldova a serviciilor de programe difuzate de către radiodifuzorii aflați sub jurisdicția statelor membre ale Uniunii Europene ori sub jurisdicția statelor care sînt parte la Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră și recepționate pe teritoriul acestor state nu necesită autorizare prealabilă.

(3) Consiliul Coordonator al Audiovizualului poate restrînge temporar dreptul de liberă retransmisie a unui anumit serviciu de programe provenind din statele membre ale Uniunii Europene sau din statele care sînt parte la Convenția europeană

cu privire la televiziunea transfrontalieră în cazul în care acest serviciu de programe nu corespunde prevederilor convenției.

### **Articolul 31. Licența tehnică**

(1) Licența tehnică este eliberată titularului licenței de emisie de către autoritatea administrației publice centrale de specialitate în termen de 5 zile de la data solicitării.

(2) Titularul licenței de emisie va solicita licență tehnică în termen de 6 luni de la data obținerii licenței de emisie.

(3) Cererea de obținere a licenței tehnice se depune la Consiliul Coordonator al Audiovizualului, care o va remite autorității administrației publice centrale de specialitate.

(4) Procedura, condițiile de eliberare și de modificare a licenței tehnice, taxele pentru eliberarea ei, tarifele pentru utilizarea frecvențelor se stabilesc prin lege. *[Art.31 al.(4) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

(5) Licența tehnică este valabilă pe durata validității licenței de emisie.

(6) Dispozițiile prezentului articol nu se aplică radiodifuzorilor publici, aceștia fiind scutiți de plata tarifelor pentru utilizarea frecvențelor.

### **Articolul 32. Supravegherea parametrilor tehnici**

Monitorizarea respectării parametrilor, prevăzuți în licența tehnică, pe parcursul perioadei de valabilitate a licenței se realizează, direct sau prin intermediul unei alte persoane juridice de drept public sau privat, de autoritatea administrației publice centrale de specialitate, în limitele și în conformitate cu competențele stabilite de lege.

*[Art.32 modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

### **Articolul 33. Modificarea licenței tehnice**

Pe motive tehnice sau din cauza operării schimbărilor în Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre, autoritatea administrației publice centrale de specialitate poate modifica frecvența și datele tehnice prevăzute în licența tehnică, fără întreruperea serviciului de programe al titularului de licență și cu asigurarea unei recepții de calitate echivalentă.

### **Articolul 34. Retragerea licenței tehnice**

Licența tehnică se retrage de către autoritatea administrației publice centrale de specialitate în următoarele situații:

- a) pentru încălcarea obligațiilor prevăzute în licența tehnică;
- b) ca urmare a retragerii licenței de emisie;
- c) la cererea titularului;
- d) la încetarea emisiei de peste 45 de zile din cauze de natură tehnică și de peste 96 de ore din orice alte cauze.

**Articolul 35. Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale și Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre**

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului elaborează Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale, nominalizează regiunile și localitățile acoperite de acestea, în conformitate cu principiile de dezvoltare a audiovizualului în Republica Moldova, și o înaintează autorității administrației publice centrale de specialitate.



(2) Pentru garantarea interesului public, Consiliul Coordonator al Audiovizualului revizuieste anual Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale și o înaintează autorității administrației publice centrale de specialitate, publicînd-o pe pagina sa web.

(3) La elaborarea Strategiei de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale, Consiliul Coordonator al Audiovizualului va ține cont de Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre.

**Articolul 36.** Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre

(1) Autoritatea administrației publice centrale de specialitate, în colaborare cu Consiliul Coordonator al Audiovizualului, elaborează Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre (în continuare - plan), în conformitate cu politica de stat, promovată în acest domeniu de Comisia de Stat pentru Frecvențe Radio.

(2) Prin acest plan, se stabilesc frecvențele destinate difuzării serviciilor de programe.

(3) Planul este elaborat cu respectarea tratatelor internaționale la care Republica Moldova este parte.

(4) Prin acest plan, sînt disponibile cel puțin 6 frecvențe naționale de radiodifuziune sonoră și 5 frecvențe naționale de radiodifuziune televizată.

(5) Planul se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova în termen de 15 zile de la aprobare.

## Capitolul V

### CONTROL ȘI SANȚIUNI

**Articolul 37.** Activitatea de supraveghere și control

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului supraveghează aplicarea și respectarea prevederilor prezentului cod.

(2) În exercitarea atribuțiilor de supraveghere, Consiliul Coordonator al Audiovizualului poate solicita radiodifuzorilor sau distribuitorilor de servicii informațiile necesare, precizînd temeiul legal și scopul solicitării, poate stabili termenul de furnizare a acestor informații, în limitele și în modul stabilite de prezentul cod.

*[Art.37 al.(2) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

(3) Controlul se exercită:

a) din oficiu;

b) la cererea unei autorități publice;

c) ca urmare a plîngerii depuse de o persoană fizică sau juridică afectată în mod direct prin încălcare a prevederilor legale.

(4) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va investiga, în termen de 15 zile din data sesizării, cererile și plîngerile depuse. Rezultatele controlului și, după caz, decizia de aplicare a sancțiunii se publică pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

*[Art.37 al.(4) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]*

**Articolul 38.** Sancțiuni

(1) Pentru încălcarea normelor legale de către radiodifuzori, se aplică una din

următoarele sancțiuni:

a) avertizare publică;

b) retragere a dreptului de a difuza anunțuri publicitare pentru o anumită perioadă;

c) amendă;

d) suspendare a licenței de emisie pentru o anumită perioadă;

e) retragere a licenței de emisie.

(2) În sensul prezentului cod, sînt contravenții:

a) difuzarea serviciilor de programe fără licență de emisie sau fără autorizație de retransmisie;

b) transmisia serviciilor de programe cu încălcarea prevederilor licenței de emisie;

c) modificarea radicală și neautorizată a serviciului de programe în a cărei bază radiodifuzorul a obținut licență de emisie;

d) difuzarea unui serviciu de programe în afara zonei de acoperire specificate în licența de emisie;

e) retransmisia serviciilor de programe cu încălcarea prevederilor art.28-30;

f) transmisia serviciilor de programe care, în consecință, conduce la încălcarea prevederilor art.6, art.7 alin.(2)-(4), art.10 alin.(1) și (5), art.11 alin.(2)-(8), art.17;

g) difuzarea pe o altă frecvență sau nerespectarea datelor tehnice, a zonei sau a parametrilor tehnici prevăzuți în licența de emisie și în licența tehnică;

h) încălcarea prevederilor legale cu privire la condițiile de difuzare a publicității și teleshopping-ului, expuse în art.19 alin.(5), (10)-(12) și (14), art.19<sup>1</sup>, art.20 alin. (1) și (2), art.21 alin.(7) și (8);

*[Art.38 al.(2), lit.h) modificată prin LP165 din 11.07.12, MO190-192/14.09.12 art.640; în vigoare 14.09.12]*

i) nerespectarea prevederilor legale privind acordarea dreptului la replică, recitificarea și la remedii echivalente;

j) utilizarea ilegală a semnalelor și siglei unui alt radiodifuzor;

k) nerespectarea prevederilor privind regimul juridic al proprietății în domeniul audiovizualului.

(3) Sancțiunile prevăzute la alin.(1) se aplică gradual, după cum urmează:

a) avertizare, emisă de Consiliul Coordonator al Audiovizualului și publicată pe pagina web, în cazul în care radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii încalcă prevederile prezentului cod sau deciziile cu caracter normativ ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului;

b) amendă de la 100 la 300 de salarii minime în cazul în care radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii nu intră în legalitate în termenul și în condițiile stabilite în avertizare sau încalcă repetat aceste prevederi;

c) celelalte sancțiuni prevăzute în prezentul cod, aplicate gradual de Consiliul Coordonator al Audiovizualului în cazul în care, după aplicarea amenzii, radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii nu reintră în legalitate.

(4) Consiliul Coordonator al Audiovizualului poate emite decizie cu privire la contravenția administrativă, poate aplica o sancțiune administrativă sau poate remite materialele în instanță pentru intentarea de cauză penală.

(5) Licența de emisie se retrage în condițiile art.27 doar în caz de încălcare gravă și repetată a prevederilor prezentului cod.

(6) În perioada de reabilitare, prevăzută în avertizare, Consiliul Coordonator al

Audiovizualului va contribui plinar la intrarea în legalitate a radiodifuzorului vizat.

(7) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va informa radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii despre orice investigație care îl privește, despre învinuirile ce i se aduc și îi va crea posibilitatea de a-și prezenta cazul în fața consiliului.

(8) Decizia Consiliului Coordonator al Audiovizualului cu privire la aplicarea oricărei sancțiuni va fi motivată, devenind executorie de la data adoptării și aducerii la cunoștință radiodifuzorilor și distribuitorilor de servicii vizați prin scrisoare recomandată, cu publicarea ulterioară în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a organului emitent.

*[Art.38 al.(8) prevederile în partea referitoare la devenirea executorie a deciziei Consiliului Coordonator al Audiovizualului cu privire la aplicarea sancțiunilor de suspendare a licenței de emisie pentru o anumită perioadă sau de retragere a licenței de emisie de la data adoptării și aducerii la cunoștință radiodifuzorilor și distribuitorilor de servicii vizați prin scrisoare recomandată declarate neconstituționale prin HCC17 din 06.12.12, MO273-279/28.12.12 art.28; în vigoare 06.12.12]*

*[Art.38 al.(8) în redacția LP84 din 13.04.12, MO103/29.05.12 art.349]*

(9) Orice decizie a Consiliului Coordonator al Audiovizualului de aplicare a unei sancțiuni poate fi contestată în instanță de judecată de către radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii sancționat.

*[Art.38 al.(10) abrogat prin LP84 din 13.04.12, MO103/29.05.12 art.349]*

## Capitolul VI

### CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

**Articolul 39.** Statutul Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este autoritate publică autonomă.

(2) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este reprezentantul și garantul interesului public în domeniul audiovizualului, autoritatea responsabilă pentru implementarea și respectarea prezentului cod, a tratatelor internaționale în domeniul audiovizualului la care Republica Moldova este parte.

(3) Consiliul Coordonator al Audiovizualului are statut de persoană juridică de drept public cu toate atribuțiile unei astfel de persoane.

(4) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este consultat în procesul de definire a poziției Republicii Moldova și poate participa, prin reprezentanți, la negocierile internaționale cu privire la domeniul audiovizualului.

**Articolul 40.** Atribuțiile Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului exercită următoarele atribuții:

a) supraveghează respectarea modului în care radiodifuzorii publici și radiodifuzorii privați își îndeplinesc obligațiile asumate în licența de emisie, în condițiile și cu respectarea prevederilor legale;

b) supraveghează corectitudinea conținutului programelor oferite de radiodifuzori, numai după comunicarea audiovizuală a acestor programe;

c) adoptă concepția de reflectare a campaniei electorale pentru alegerile parlamentare, alegerile locale generale și referendumurile republicane, prezintă Comisiei Electorale Centrale rapoarte de monitorizare a modului de reflectare a campaniei

electorale de către radiodifuzorii naționali, în conformitate cu prevederile Codului electoral;

[Art.40 al.(1), lit.c) în redacția LP216 din 17.09.10, MO191-193/01.10.10 art.634]

d) monitorizează, în condițiile alin.(1) lit.b), conținutul serviciilor de programe oferite de radiodifuzori și oferta de servicii de programe asigurate de distribuitorii de servicii, periodic și ori de câte ori consiliul consideră necesar sau este sesizat cu privire la nerespectarea de către radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii a prevederilor legale, a normelor de reglementare în domeniu sau a obligațiilor înscrise în licența de emisie;

e) oferă avizul referitor la Caietul de sarcini al radiodifuzorului public;

f) adoptă codul de conduită al radiodifuzorilor în vederea conceperii și comunicării audiovizuale a serviciilor de programe în conformitate cu prezentul cod și standardele europene;

g) sesizează Consiliul de Observatori al instituției publice naționale a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” asupra devierilor serviciilor de programe de la rigorile prevăzute în licența de emisie;

h) aprobă regulile de audit intern ale radiodifuzorilor publici;

i) la propunerea Consiliului de Observatori, decide referitor la instituirea, reorganizarea sau încetarea activităților subdiviziunilor radiodifuzorului public național;

j) stabilește condițiile, criteriile și procedura de acordare a licențelor de emisie;

k) stabilește procedura de acordare a autorizației de retransmisie;

l) eliberează licențe de emisie și autorizații de retransmisie a serviciilor de programe;

m) emite decizii cu caracter de norme de reglementare în vederea exercitării atribuțiilor sale prevăzute în prezentul cod.

(2) Instrucțiunile și recomandările emise de Consiliul Coordonator al Audiovizualului se fac publice prin plasarea lor pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului și prin publicarea în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

[Art.40 al.(2) modificat prin LP280-XVI din 14.12.07, MO94-96/30.05.08 art.349]

(3) În exercitarea atribuțiilor sale, Consiliul Coordonator al Audiovizualului adoptă decizii obligatorii, care intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, cu excepția deciziilor prevăzute la art. 38 alin. (8).

[Art.40 al.(3) modificat prin LP84 din 13.04.12, MO103/29.05.12 art.349]

(4) Toate deciziile Consiliului Coordonator al Audiovizualului sînt motivate. Deciziile, inclusiv motivarea, se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web.

(5) Deciziile Consiliului Coordonator al Audiovizualului pot fi contestate în instanță de contencios administrativ de către orice persoană care se consideră prejudiciată de acestea.

#### **Articolul 41. Obligațiile Consiliului Coordonator al Audiovizualului**

(1) În calitatea sa de garant al apărării interesului public în domeniul comunicării audiovizuale pe principii democratice și a drepturilor consumatorului de programe, Consiliul Coordonator al Audiovizualului este obligat să asigure:

a) supravegherea respectării exprimării pluraliste de idei și de opinii în cadrul programelor transmise de radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova;

b) încurajarea liberei concurențe;

- c) un raport echilibrat între serviciile de programe oferite de radiodifuzorii naționali și cele oferite de radiodifuzorii locali și regionali;
- d) protejarea demnității umane și protejarea minorilor;
- e) protejarea spațiului informațional, patrimoniului lingvistic și cultural-național, inclusiv a culturii și limbilor minorităților naționale;
- f) transparența mijloacelor de informare în masă din domeniul audiovizualului;
- g) transparența activității proprii.

**Articolul 42.** Componența Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este compus din 9 membri, desemnați de Parlamentul Republicii Moldova.

(2) Candidații la funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului vor fi selectați de comisia parlamentară de profil și de Comisia parlamentară juridică, pentru numiri și imunități, care, ulterior, îi vor înainta Parlamentului spre confirmare. Candidații la funcția de membru al consiliului pot fi propuși de asociații obștești, fundații, asociații sindicale, asociații de patroni, culte religioase. Dosarele candidaților se depun la comisia de profil. La înaintarea spre confirmare de către Parlament a candidaților, comisia de profil prezintă un raport, iar Comisia juridică, pentru numiri și imunități, un coraport.

(3) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului sînt numiți prin hotărîre de Parlament. În cazul cînd un candidat la funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului nu întrunește numărul necesar de voturi, comisia parlamentară de profil și Comisia parlamentară juridică, pentru numiri și imunități înaintează, în termen de 2 săptămîni, o nouă candidatură.

*[Art.42 al.(3) modificat prin LP42-XVIII din 20.10.09, MO157/22.10.09 art.442]*

(4) Poate candida la funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului persoana care întrunește următoarele condiții:

- a) are studii superioare și experiență de cel puțin 5 ani în unul dintre domeniile: audiovizualului, tehnologiilor de comunicare, dreptului, finanțelor, contabilității, gestiunii întreprinderilor, elaborării programelor sau informațiilor în orice instituție de creație;
- b) a împlinit 25 de ani și nu a atins vîrsta legală de pensionare;
- c) cunoaște limba de stat a Republicii Moldova;
- d) nu are antecedente penale.

**Articolul 43.** Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului sînt garanți ai interesului public și nu reprezintă autoritatea care i-a propus.

(2) Durata mandatului membrilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului este de 6 ani. Reînnoirea componenței Consiliului Coordonator al Audiovizualului se efectuează eșalonat: inițial, se alege 3 candidați pe un termen de 6 ani, 3 pentru 4 ani și 3 pentru 2 ani. La expirarea termenelor inițiale, în temeiul propunerilor făcute la solicitarea comisiei parlamentare de profil și a Comisiei parlamentare juridice, pentru numiri și imunități, în baza sesizării Consiliului Coordonator al Audiovizualului, alți membri ai Consiliului Coordonator al Audiovizualului se numesc pe un termen de 6 ani.

(3) Pe durata mandatului, membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului sînt inamovibili, cu excepția perioadei rezervate pentru renunțarea la incompatibilitățile specificate în prezentul cod.

(4) O persoană nu poate deține consecutiv două mandate de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(5) Vacanța funcției de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului poate interveni în caz de:

- a) demisie;
- b) expirare a termenului de deținere a funcției;
- c) condamnare prin hotărâre judecătorească definitivă;
- c<sup>1</sup>) rămânere definitivă a actului de constatare prin care s-a stabilit emiterea/adoptarea de către acesta a unui act administrativ sau încheierea unui act juridic cu încălcarea dispozițiilor legale privind conflictul de interese;

[Art.43 al.(5), lit.c<sup>1</sup>) introdusă prin LP181 din 19.12.11, MO1-6/06.01.12 art.4; în vigoare 01.03.12]

c<sup>2</sup>) aflare în incompatibilitate, fapt stabilit prin actul de constatare rămas definitiv; [Art.43 al.(5), lit.c<sup>2</sup>) introdusă prin LP181 din 19.12.11, MO1-6/06.01.12 art.4; în vigoare 01.03.12]

- d) pierdere a cetățeniei Republicii Moldova;
- e) incapacitate mentală sau fizică;
- f) atingere a vârstei legale de pensionare.

(6) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului dețin funcții de demnitate publică obținute prin numire.

[Art.43 al.(6) în redacția LP222 din 17.09.10, MO210/26.10.10 art.696]

(7) După aprobare de către Parlament, membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului depun în ședința în plen a Parlamentului următorul jurământ:

„Jur să respect Constituția și legile Republicii Moldova, să apăr drepturile și libertățile fundamentale ale cetățenilor, să-mi îndeplinesc cu onoare, conștiință și fără părtinire atribuțiile ce-mi revin potrivit funcției, să nu fac declarații politice pe parcursul validității mandatului.”

**Articolul 44.** Incompatibilități cu funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului este incompatibilă cu orice altă funcție publică sau privată, cu excepția celor științifice și didactice.

(2) În timpul exercitării mandatului, membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului nu pot face parte din partide sau din alte organizații politice.

(3) Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului, rudele lor de sînge și afinii lor nu au dreptul să dețină, direct sau indirect, acțiuni sau părți sociale în societăți comerciale cu activități în domeniul în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului ori să beneficieze financiar în alt mod de calitatea de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(4) Membrul Consiliului Coordonator al Audiovizualului care, în momentul numirii, se află în una dintre situațiile prevăzute la alin.(1) și (2) are la dispoziție un termen de cel mult 30 de zile pentru a renunța la calitatea sau la acțiunile respective, perioadă în care nu are drept de vot în cadrul Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(5) În cazul în care nu respectă prevederile prezentului articol, persoana este demisă de drept, locul său devenind vacant.

#### **Articolul 45.** Președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este condus de un președinte, care deține funcție de demnitate publică, ales prin vot deschis din rîndul membrilor Consiliului, cu majoritatea simplă de voturi ale acestora.

*[Art.45 al.(1) modificat prin LP222 din 17.09.10, MO210/26.10.10 art.696]*

(2) Președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului este responsabil de activitatea consiliului și de buna exercitare a funcțiilor acestuia.

(3) Președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului sau un membru abilitat al consiliului:

a) reprezintă consiliul în țară și peste hotare, în relațiile cu autoritățile publice și cu persoane fizice și juridice;

b) reprezintă Republica Moldova în organizații internaționale în probleme ce țin de mijloacele de informare electronice.

(4) Președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului:

a) prezidează ședințele acestuia;

b) gestionează mijloacele lui financiare;

c) numește în funcție, modifică, suspendă și încetează, în condițiile legii, raporturile de serviciu ale funcționarilor publici, angajează personalul contractual, modifică, suspendă și încetează raporturile de muncă ale personalului contractual al Consiliului;

*[Art.45 al.(4), lit.c) în redacția LP222 din 17.09.10, MO210/26.10.10 art.696]*

d) încheie contractele de rigoare cu persoane fizice și juridice.

(5) În absența președintelui, Consiliul Coordonator al Audiovizualului este condus de vicepreședinte.

(6) Vicepreședintele este ales de către consiliu prin vot deschis cu majoritatea de voturi ale membrilor lui.

(7) În caz de vacanță a funcției de președinte sau de vicepreședinte, se procedează la alegerea, în condițiile alin.(1) și (3), a președintelui sau vicepreședintelui.

(8) Cu cel puțin 30 de zile înainte de expirarea mandatului membrilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului, Președintele consiliului notifică Președintele Parlamentului despre acest fapt, iar Președintele Parlamentului anunță comisia de profil parlamentară și Comisia parlamentară juridică, pentru numiri și imunități, la prima ședință în plen a Parlamentului, despre începutul procedurii de desemnare a noi membri ai Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(9) Președintele Consiliului Coordonator al Audiovizualului este ordonator principal de credite.

**Articolul 46.** Remunerarea membrilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului Membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului sînt remunerați pe parcursul termenului de validitate cu un salariu în proporție de 90% din salariul de funcție al președintelui consiliului.

**Articolul 46<sup>1</sup>.** Personalul Consiliului Coordonator al Audiovizualului Personalul Consiliului Coordonator al Audiovizualului este compus din funcționari publici, supuși reglementărilor Legii nr.158-XVI din 4 iulie 2008 cu privire la funcția publică și statutul funcționarului public, și personal contractual, care desfășoară activități auxiliare, supus reglementărilor legislației muncii.

*[Art.46<sup>1</sup> introdus prin LP222 din 17.09.10, MO210/26.10.10 art.696]*

#### **Articolul 47.** Finanțarea Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Finanțarea Consiliului Coordonator al Audiovizualului va acoperi costul estimativ al tuturor activităților, astfel încât acesta să-și exercite efectiv, eficient și plener atribuțiile.

(2) Bugetul Consiliului Coordonator al Audiovizualului se constituie din următoarele surse:

- a) subvenții de stat;
- b) venituri din taxe pentru licențiere;
- c) venituri din taxele anuale de acoperire a cheltuielilor de reglementare, plătite de radiodifuzori, în proporție de 1% din cifra de afaceri anuală;
- d) granturi.

(3) Cota-parte a bugetului Consiliului Coordonator al Audiovizualului provenită din alte surse decât subvențiile de stat va constitui Fondul de susținere a radiodifuzorilor, care va avea un regulament separat, elaborat și publicat de consiliu. Fondul de susținere a radiodifuzorilor nu poate fi utilizat pentru remunerarea membrilor consiliului și angajaților lui.

(3<sup>1</sup>) Subvențiile de la bugetul de stat, oferite radiodifuzorilor publici în conformitate cu prevederile prezentului Cod, nu se iau în calcul la stabilirea taxei de acoperire a cheltuielilor de reglementare.

*[Art.47 al.(3<sup>1</sup>) introdus prin LP172-XVI din 10.07.08, MO134-137/25.07.08 art.543]*

(4) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va prezenta anual Parlamentului proiectul de buget în care se va estima costul activităților desfășurate de consiliu în exercitarea atribuțiilor și obligațiilor sale.

(5) Propunerile înaintate de Consiliul Coordonator al Audiovizualului privind bugetul și organigrama sa vor fi discutate și aprobate la ședința în plen a Parlamentului.

(6) Consiliul Coordonator al Audiovizualului publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova raport anual cu privire la activitatea sa financiară.

#### **Articolul 48.** Organizarea și funcționarea Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Consiliul Coordonator al Audiovizualului este convocat în ședință de constituire de către cel mai în vârstă membru al său.

(2) Consiliul Coordonator al Audiovizualului elaborează propriul statut, aprobat ulterior de Parlament.

(3) În îndeplinirea funcțiilor și a atribuțiilor ce îi revin potrivit prezentului cod, Consiliul Coordonator al Audiovizualului adoptă, în ședințe deschise, decizii cu votul majorității membrilor săi.

(4) În vederea exercitării atribuțiilor sale, Consiliul Coordonator al Audiovizualului își constituie o structură funcțională proprie, inclusiv structuri teritoriale de control și monitorizare, prevăzute în statut.

(5) Pentru corelația dintre Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale și Planul național de repartizare a frecvențelor radioelectrice terestre pentru comunicare audiovizuală, pentru studierea problemelor legate de utilizarea spectrului radioelectric destinat comunicării audiovizuale și a problemelor privind noile dezvoltări tehnologice cu impact asupra comunicării audiovizuale, se instituie o comisie consultativă mixtă, compusă din membri propuși de Consiliul Coordonator al Audiovizualului și membri propuși de Ministerul dezvoltărilor informaționale.



(6) Comisia consultativă mixtă adoptă propriul regulament, aprobat de conducerea celor două autorități.

**Articolul 49.** Supravegherea și controlul activității Consiliului Coordonator al Audiovizualului

(1) Activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului este supravegheată de Parlament, prin dezbateră raportului anual al consiliului.

(2) Raportul anual al Consiliului Coordonator al Audiovizualului se depune în Parlament pînă la data de 1 februarie.

(3) În situația în care Parlamentul respinge raportul anual al Consiliului Coordonator al Audiovizualului, acesta este obligat ca, în termen de 30 de zile, să prezinte un program de măsuri concrete pentru remedierea curențelor semnalate.

(4) Odată cu prezentarea raportului Consiliului Coordonator al Audiovizualului, comisia parlamentară de profil prezintă un aviz asupra legalității activităților consiliului, asupra corectitudinii și transparenței operațiunilor financiare.

(5) În îndeplinirea misiunii sale în interesul public, Consiliul Coordonator al Audiovizualului are obligația de a face publice rapoartele trimestriale privind modul în care își exercită atribuțiile.

## Capitolul VII

### RADIODIFUZORII PUBLICI

**Articolul 50.** Statutul juridic al radiodifuzorului public național instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio- Moldova”

(1) Instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” (în continuare - compania) este un serviciu public de radiodifuziune și televiziune independent editorial, precum și în activitatea sa de creație, autonom instituțional, constituit în baza capitalului financiar public, care, în condițiile prezentului cod, oferă servicii de programe întregii societăți din Republica Moldova, cu acoperire a întregului teritoriu al Republicii Moldova.

(2) Compania uzează de drepturile unei persoane juridice de drept public.

(3) Statutul companiei este aprobat de Consiliul de Observatori.

**Articolul 51.** Atribuțiile companiei

(1) Atribuțiile companiei sînt:

a) elaborarea, producerea, difuzarea emisiunilor radiofonice și televizate despre realitățile sociale, politice și economice interne și internaționale, precum și din domeniile culturii, agrementului, învățămîntului, educației, sportului, emisiuni pluraliste, imparțiale, inovative, marcate de calitatea înaltă și integritatea programului, menite să asigure informarea corectă, imparțială, echidistantă a consumatorilor, respectînd echilibrul politic, libertatea de exprimare, de creație și de convingeri;

b) promovarea valorilor patrimoniului național, implementarea politicii lingvistice a instituției în conformitate cu prevederile prezentului cod;

c) prezentarea către public a realizărilor culturii, științei mondiale și a celor naționale, promovarea valorilor civilizației contemporane în genere;

d) cultivarea demnității umane, toleranței, moralei publice, spiritului civic, a

valorilor democratice, unității naționale, adevărului, justiției, ținându-se cont de convingerile morale, politice și religioase ale diferitelor categorii ale populației;

e) transmiterea onestă, fidelă, echidistantă a informațiilor în cadrul programelor de știri;

f) asigurarea dreptului la informare al tuturor categoriilor de cetățeni ai Republicii Moldova, inclusiv al minorităților naționale;

g) respectarea dreptului jurnaliștilor de a elabora și, în consecință, de a respecta codul deontologic al jurnalistului, specificând normele profesionale în domeniu;

h) asigurarea înregistrării evenimentelor și lucrărilor semnificative din punct de vedere al culturii și istoriei naționale, păstrarea înregistrărilor pentru viitoarele generații, realizarea producției proprii în parametrii prevăzuți de cod;

i) realizarea emisiunilor cognitive și de divertisment destinate copiilor de diverse vârste, adolescenților, tinerilor;

j) favorizarea dezbaterilor democratice, schimburilor de opinie între diversele categorii ale populației, precum și integrarea în societate a cetățenilor;

k) implementarea noilor tehnologii de producere și difuzare a serviciilor de programe și serviciilor în domeniul comunicației audiovizuale.

(2) Pentru a încuraja și promova realizarea producției autohtone și a asigura ca programele sale să ofere o varietate largă de opinii și perspective, compania va ținde să obțină 20% din serviciile sale de programe de la producătorii independenți din Republica Moldova.

(3) Compania are dreptul să înregistreze sau să transmită în direct fără plată ședințe ale Parlamentului, Guvernului, dezbateri publice ale autorităților publice, mitinguri, demonstrații, procesiuni, manifestații, întruniri de ordin comemorativ, religios, alte acțiuni cu caracter public, indiferent de locul lor de desfășurare.

(4) Compania poate avea în structura sa birouri publice teritoriale, alte unități funcționale autonome.

## **Articolul 52. Independența editorială**

(1) Independența editorială a companiei este garantată prin lege. Nu se admit ingerințe operate de autorități publice și nici influența vreunui partid, organizații comerciale, economice, social-politice, sindicale și de alt ordin.

(2) Independența editorială și de creație include dreptul exclusiv al organelor de conducere ale companiei de a adopta, în limitele stabilite de prezentul cod, decizii cu privire la:

a) elaborarea politicii editoriale, adoptarea și modificarea grilei de emisie a companiei;

b) organizarea activității editoriale și de creație;

c) conceperea și producerea programelor, inclusiv a celor de știri și actualități;

d) alte activități stabilite de prezentul cod și/sau de Consiliul de Observatori al companiei.

(3) Organele de conducere ale companiei sînt obligate să asigure, în cadrul instituției, independența editorială, accesul angajaților de specialitate la informație, libertatea de creație, respectarea drepturilor fundamentale ale omului.

(4) Organele de conducere ale companiei vor adopta reglementări detaliate cu privire la organizarea activității, astfel încît să evite influențele de orice natură asupra procesului editorial și de creație al companiei.

### **Articolul 53.** Publicitate, teleshopping și sponsorizare

Compania va plasa publicitatea și programele sponsorizate conform prevederilor art.19 alin.(5)-(8), (10)-(12) și (14), art.20-22. Inserarea emisiunilor de teleshopping în serviciile de programe ale companiei este interzisă.

### **Articolul 54.** Obiectul de activitate al radiodifuzorului public național

Compania are ca obiect de activitate:

a) realizarea emisiunilor de radio și de televiziune în limba de stat a Republicii Moldova, precum și în limbile minorităților naționale sau în alte limbi de circulație internațională, cu scop informativ, cultural, educativ și de divertisment, ținându-se cont de prevederile prezentului cod;

b) difuzarea emisiunilor prin stații și mijloace tehnice aflate în proprietate sau prin rețele, închiriate, de telecomunicații audiovizuale, radioelectrice, inclusiv prin satelit, cablu sau prin alte mijloace tehnice;

c) realizarea emisiunilor radiofonice și de televiziune, înregistrărilor pe orice fel de suport, filmelor artistice, spectacolelor de televiziune, seriilelor de televiziune, filmelor științifice, documentare, necesare serviciilor de programe proprii și pentru schimb cu organizații similare din țară și din străinătate. Acestea pot fi realizate în studiourile proprii sau în colaborare cu alți parteneri interni sau externi;

d) organizarea de concerte, festivaluri și spectacole cu public, concursuri, jocuri de inteligență sau aleatorii, încheierea de contracte cu artiști și impresari din țară și din străinătate pentru emisiunile, concertele și spectacolele pe care le organizează, plătind onorarii și efectuând încasări în condițiile legii;

e) realizarea de activități publicitare prin emisiuni și publicații proprii pentru beneficiari din țară și din străinătate;

f) organizarea activității de documentare în probleme specifice, editarea și transmiterea spre difuzare a programelor, materialelor publicitare și a altor publicații legate de activitatea radiofonică și de televiziune;

g) desfășurarea activității de cercetare și proiectare, efectuarea lucrărilor specifice tehnicii audio și video, urmărirea rezultatelor cercetării științifice și valorificarea acestora în condițiile legii, promovarea progresului tehnic și științific în activitatea instituției;

h) efectuarea operațiunilor de comerț exterior cu producție audiovizuală și a plăților în lei și în valută, în condițiile legii;

i) încheierea, la solicitare și după caz, a acordurilor cu organizații similare din străinătate în vederea realizării, coproducerii și difuzării peste hotare a producției proprii, schimbului de realizatori de emisiuni și de corespondenți, oferindu-se posibilitatea unei informări reciproce directe asupra realităților din Republica Moldova și din țările respective;

j) organizarea activității birourilor publice teritoriale ale audiovizualului;

k) orice alte activități prevăzute în prezentul cod și în Statutul companiei.

### **Articolul 55.** Conducerea companiei

Conducerea companiei este exercitată de:

- Consiliul de Observatori;
- președintele companiei;
- directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii.

## **Articolul 56.** Componența Consiliului de Observatori

(1) Consiliul de Observatori este compus din 9 membri, personalități publice cu calificări profesionale în diferite domenii cum ar fi cultura, arta, cinematografia, jurnalismul, dreptul, gestiunea financiară și gestiunea întreprinderii comerciale, relațiile cu publicul, relațiile internaționale, domeniul academic, mass-mediei și ingineriei.

(2) Membrii Consiliului de Observatori desfășoară activitate în nume propriu și nu reprezintă nici un alt interes extern pentru companie decât interesul public. Ei nu solicită și nu acceptă, din partea persoanelor interesate din afara companiei, instrucțiuni legate de activitățile Consiliului de Observatori.

(3) Membrii Consiliului de Observatori sînt desemnați de Parlament, potrivit următoarei proceduri:

a) Consiliul Coordonator al Audiovizualului emite o invitație publică pentru candidații la funcția de membru al Consiliului de Observatori, făcînd publice criteriile pentru suplinirea funcției și termenul limită pentru depunerea ofertelor;

b) Consiliul Coordonator al Audiovizualului selectează și prezintă Parlamentului cîte 2 candidați pentru fiecare post vacant. Scopul urmărit de acest proces este selectarea unor candidați calificați, cu o pregătire profesională variată și integritate personală, chemați să conducă radiodifuzorul public;

c) Parlamentul numește în funcție membrii Consiliului de Observatori prin hotărîre la propunerea comisiei parlamentare de profil și a Comisiei parlamentare juridice, numiri și imunități. Cel puțin 2 membri vor fi femei și cel puțin 2 membri ai Consiliului de Observatori vor avea calificări profesionale în domeniul gestionării financiare și gestionării întreprinderii comerciale.

*[Art.56 al.(3), lit.c) modificată prin LP42-XVIII din 20.10.09, MO157/22.10.09 art.442]*

(4) Durata mandatului de membru al Consiliului de Observatori este de 4 ani.

(5) Inițial, 3 membri ai Consiliului de Observatori sînt desemnați pentru un mandat de 2 ani, 3 pentru un mandat de 3 ani și 3 pentru un mandat de 4 ani.

(6) Consiliul de Observatori își desfășoară activitatea în baza propriului regulament.

(7) Modul de activitate al Consiliului de Observatori este ședința deschisă, care se convoacă de cîte ori este nevoie pentru îndeplinirea atribuțiilor sale.

(8) Consiliul de Observatori își alege, cu votul majorității membrilor săi, președintele și secretarul.

(9) Consiliul de Observatori desfășoară activitate fără remunerație, cu excepția secretarului, care este angajat cu zi deplină de muncă și remunerat de companie. Mărimea remunerației secretarului este stabilită de consiliu. Celorlalți membri ai Consiliului de Observatori compania le acordă, pentru participare la fiecare ședință, remunerație în proporție de 20% din salariul lunar al președintelui său. Remunerația membrului Consiliului de Observatori plătită pe parcursul a 30 de zile nu poate depăși 50% din salariul președintelui companiei.

## **Articolul 57.** Exigențe și incompatibilități

(1) Este în drept să candideze la funcția de membru al Consiliului de Observatori persoana care:

- a) este cetățean al Republicii Moldova;
- b) are studii superioare în unul din domeniile enumerate la art.56 alin.(1);
- c) cunoaște limba de stat a Republicii Moldova;

d) nu are antecedente penale.

(2) Funcția de membru al Consiliului de Observatori este incompatibilă cu:

a) statutul de parlamentar, de membru al Guvernului, de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului;

b) calitatea de deținător, direct sau indirect, de acțiuni sau părți ale fondului statutar al societăților comerciale cu activități în domeniul în care s-ar afla în conflict de interese cu calitatea de membru al Consiliului de Observatori;

c) statutul de salariat al companiei;

d) calitatea de membru de partid.

#### **Articolul 58.** Atribuțiile Consiliului de Observatori

Consiliul de Observatori are următoarele atribuții:

a) aprobă statutul companiei și modificările la el;

b) aprobă Caietul de sarcini al companiei, care include planul financiar și declarația politicii editoriale a companiei;

c) evaluează performanța companiei și conducerii ei, publicând rapoarte anuale și recomandări;

d) aprobă instituirea, reorganizarea sau încetarea activităților subdiviziunilor companiei, inclusiv ale birourilor ei teritoriale;

e) organizează întâlniri publice cu reprezentanți ai diferitelor categorii ale auditoriului din Republica Moldova pentru a efectua studii de audiență;

f) confirmă în funcție, în bază de concurs, președintele companiei, directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii;

g) sesizează, din oficiu și la solicitare, asupra încălcării prezentului cod și a altor legi în vigoare, comise de companie, înaintând președintelui ei demersuri de intrare în legalitate.

#### **Articolul 59.** Vacanța funcției de membru al Consiliului de Observatori

Vacanța funcției de membru al Consiliului de Observatori intervine în caz de:

a) demisie;

b) expirare a mandatului;

c) condamnare prin hotărâre judecătorească definitivă;

d) pierdere a cetățeniei Republicii Moldova;

e) incapacitate mentală sau fizică;

f) absență consecutivă și nejustificată de la ședințele Consiliului de Observatori.

#### **Articolul 60.** Președintele companiei

(1) Președintele companiei exercită conducerea ei generală pe principii de independență decizională, este responsabil de formarea serviciilor de programe în corespundere cu principiile de comunicare audiovizuală prevăzute în prezentul cod și în alte legi în vigoare, de gestionarea eficientă a companiei, de toate activitățile ei financiare.

(2) Președintele reprezintă compania în instanță de judecată, în relațiile ei cu alte instituții și organizații din Republica Moldova și străinătate, semnând în numele companiei contracte și acorduri.

(3) Președintele are următoarele atribuții:

a) asigură, în limitele stabilite de prezentul cod și de Statutul companiei, administrarea ei curentă;

b) asigură executarea deciziilor Consiliului de Observatori, a prevederilor expuse în licența de emisie, a acordurilor încheiate de companie;

c) aprobă, la propunerea directorului radiodifuziunii și a directorului televiziunii, ordine cu privire la buna funcționare a utilajului tehnic al companiei, efectuarea operațiunilor economice, comerciale și financiare, recrutarea, perfecționarea, angajarea și concedierea personalului ei;

d) de comun acord cu directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii, cu șefii departamentelor companiei, elaborează și propune spre adoptare Consiliului de Observatori Statutul companiei, Caietul de sarcini, acțiunile de instituire, reorganizare a subdiviziunilor companiei și încetare a activităților acestora;

e) exercită alte atribuții ce-i revin conform prezentului cod și Statutului companiei.

(4) Președintele companiei este numit în funcție pentru un mandat de 5 ani.

(5) Pentru suplinirea funcției de președinte al companiei, Consiliul de Observatori anunță concurs și elaborează ad-hoc un regulament de desfășurare a concursului.

(6) Despre data desfășurării concursului și rigorile stabilite față de candidați, Consiliul de Observatori publică un anunț în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina sa web.

(7) Pentru a asigura transparența concursului, Regulamentul de desfășurare a concursului, care va include și rigorile față de candidați, numele candidaților, CV-urile lor, precum și proiectele lor de intenție asupra strategiei de dezvoltare a companiei, va fi făcut public.

(8) Consiliul de Observatori confirmă candidatul în funcția de președinte al companiei cu votul majorității membrilor săi.

*[Art.60 al.(8) modificat prin LP42-XVIII din 20.10.09, MO157/22.10.09 art.442]*

(9) Salariul președintelui de companie este stabilit de Consiliul de Observatori în mărime ce variază între 3 și 5 salarii medii lunare ale personalului de creație al companiei, calculat în raport cu ultimele 3 luni de activitate a acesteia.

(10) Președintele companiei poate fi destituit de către Consiliul de Observatori cu votul majorității membrilor Consiliului de Observatori.

*[Art.60 al.(10) modificat prin LP42-XVIII din 20.10.09, MO157/22.10.09 art.442]*

(11) Președintele companiei trebuie să corespundă următoarelor exigențe:

a) să fie profesionist în domeniul de funcționare a audiovizualului public, să posede capacități manageriale;

b) să aibă studii superioare;

c) să fie cetățean al Republicii Moldova;

d) să cunoască limba de stat a Republicii Moldova.

(12) Funcția de președinte al companiei este incompatibilă cu:

a) calitatea de membru al unui organ de conducere sau de angajat, partener, acționar, proprietar al unui radiodifuzor privat;

b) calitatea de membru de partid sau de membru al unor alte organizații politice;

c) funcția de membru al Guvernului Republicii Moldova, deputat în Parlament sau alte funcții remunerate în afara companiei;

d) funcția de membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(13) Funcția de președinte al companiei este compatibilă cu activitatea în domeniile: didactic, științific, de creație în cadrul publicațiilor de specialitate cu caracter literar, artistic, științific, social dacă aceasta nu contravine intereselor companiei.

(14) Președintele companiei își exercită atribuțiile pînă la numirea succesorului său.

#### **Articolul 61.** Directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii

(1) Directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii sînt numiți în funcție pentru un mandat de 5 ani.

(2) Directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii sînt numiți în funcție prin concurs, în condițiile art.58.

(3) De competența directorului radiodifuziunii ține administrarea curentă a procesului de creație la postul de radio al companiei.

(4) De competența directorului televiziunii ține administrarea curentă a procesului de creație la postul de televiziune al companiei.

(5) Directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii au următoarele atribuții:

a) înaintează președintelui companiei, în condițiile legii, propuneri de angajare și concediere a personalului radiodifuziunii/televiziunii;

b) aprobă competențele și atribuțiile unităților din componența radiodifuziunii/televiziunii;

c) adoptă dispoziții cu privire la modul de organizare și funcționare a organelor de conducere la nivel de subdiviziuni ale radiodifuziunii/televiziunii;

d) exercită alte atribuții ce le revin conform prevederilor prezentului cod, Statutului companiei și directivelor președintelui ei.

(6) Salariul directorului de radiodifuziune și cel al directorului de televiziune sînt stabilite de Consiliul de Observatori, în mărime ce variază între 3 și 4 salarii medii lunare ale personalului de creație al companiei, calculat în raport cu ultimele 3 luni de activitate a acesteia.

(7) Directorul de radiodifuziune și directorul de televiziune pot fi destituiți doar în condițiile art.60 alin.(10).

(8) Exigențele și incompatibilitățile funcției de director al radiodifuziunii și de director al televiziunii sînt similare celor expuse în art.60 alin.(11)-(13).

#### **Articolul 62.** Caietul de sarcini

(1) Caietul de sarcini se compune din două părți distincte: planul financiar și declarația politicii de programe (pentru companie și, separat, pentru fiecare serviciu de programe) care servesc drept temei pentru asigurarea transparenței și susținerii publice în activitățile companiei, precum și pentru aprobarea bugetului ei anual.

(2) Caietul de sarcini este elaborat de președintele companiei, de directorul radiodifuziunii, de cel al televiziunii, de șefii departamentelor companiei și este aprobat de Consiliul de Observatori.

(3) Planul financiar include:

a) proiectul de buget, elaborat în condițiile art.64;

b) lista emițătoarelor (proprie și închiriate) utilizate de companie;

c) proiecte de creare și dezvoltare a subdiviziunilor teritoriale și a rețelilor de reporteri conform prezentului cod și tratatelor internaționale la care Republica Moldova este parte;

d) principiile și necesitățile remunerării angajaților companiei;

e) proiecte de construcții capitale, de reconstrucții, echipamente tehnice și de reutilare;

f) alte date.

(4) Declarația politicii de programe (pentru companie și, separat, pentru fiecare

serviciu în parte) include:

- a) lista canalelor de radio/televiziune, volumul emisiilor totale/zilnice;
- b) volumul de emisie rezervat programelor în limba de stat și limbile minorităților naționale;
- c) volumul de emisie destinat știrilor;
- d) volumul de emisie rezervat filmelor artistice și documentare, spectacolelor, produse și achiziționate de companie;
- e) volumul de emisie anual afectat producției proprii;
- f) proiecte de schimb de programe cu țări străine;
- g) volumul de emisie al programelor destinate țărilor străine;
- h) alte date.

#### **Articolul 63. Proprietatea companiei**

(1) Compania posedă, utilizează și dispune de proprietatea sa în conformitate cu legislația în vigoare, are dreptul să posedă numai bunurile necesare exercitării funcțiilor specificate în statut.

(2) Compania nu are dreptul:

a) să asigure realizarea obligațiilor unor alte persoane prin proprietatea sa ori să acționeze ca partener al unei companii generale sau ca partener general al unui parteneriat limitat;

b) să asigure realizarea obligațiilor cu întreaga sa proprietate mobilă sau imobilă ori cu o parte din ea care depășește 50 % din valoarea de bilanț a întregii proprietăți mobile sau imobile;

c) să transmită proprietatea sa în mod gratuit sau pentru o plată mai mică decât valoarea obișnuită a acesteia ori să acorde sponsorizări sau alte donații financiare;

d) să acorde împrumuturi (credite) ori să arendeze în mod comercial bunuri cu obligația de a le achiziționa (leasing financiar);

e) să împrumute (să primească credite) ori să ia bunuri în bază de acord comercial de arendă cu obligația de a le achiziționa (leasing financiar) dacă, în urma unei astfel de tranzacții, mărimea totală a plăților ce țin de credit și de leasing-ul financiar depășește, în orice an, 10 % din veniturile bugetului din anul încheierii tranzacției.

3) Împrumuturile pentru care Guvernul a oferit garanție de stat nu se includ în categoria împrumuturilor specificate la alin.(2) lit.e). Consiliul de Observatori prezintă Guvernului solicitarea de acordare a garanției de stat pentru împrumuturi, iar acesta decide asupra inițiativei legislative corespunzătoare.

(4) Cu acordul prealabil al Consiliului de Observatori, compania poate să efectueze tranzacții care implică:

- a) achiziția sau încetarea unui pachet de acțiuni într-o companie;
- b) achiziția, transmiterea sau încetarea activităților unei întreprinderi;
- c) ipotecarea sau transmiterea bunurilor imobile sau mobile înregistrate;
- d) împrumutul.

(5) Emisiunile concepute și realizate de companie îi aparțin cu titlu de proprietate. Condițiile de păstrare și arhivare a înregistrărilor audiovizuale și a documentelor se stabilesc în Statutul companiei.

#### **Articolul 64. Bugetul companiei**

(1) Parlamentul garantează finanțarea sigură și corespunzătoare a necesităților de activitate ale companiei.

(2) Compania este finanțată din:



- a) subvenții de la bugetul de stat, potrivit Caietului de sarcini;
  - b) donații și sponsorizări pentru proiecte speciale;
  - c) sume obținute prin acordarea dreptului la utilizare și transmitere a proprietății, inclusiv a emisiunii;
  - d) profitul obținut din organizarea evenimentelor publice în conformitate cu obiectul de activitate al companiei;
  - e) venituri obținute din publicitate;
  - f) alte surse financiare a căror legitimitate nu vine în contradicție cu prevederile actualului cod și ale altor legi în vigoare.
- (3) Consiliul de Observatori elaborează proiectul bugetului companiei.
- (4) Bugetul aprobat și rapoartele privind implementarea lui se fac publice.
- (5) Darea de seamă privind executarea bugetului se prezintă Parlamentului odată cu raportul anual și va fi dat publicității.
- (6) Activitatea financiară a companiei este verificată periodic de către un serviciu de audit extern.

#### **Articolul 65. Radiodifuzorii publici regionali**

(1) În U.T.A. Găgăuzia funcționează, în conformitate cu prezentul cod, la decizia Adunării sale Populare, radiodifuzorul public regional Compania „Teleradio-Găgăuzia”.

(2) În raioanele de pe malul stîng al Nistrului, după soluționarea problemei transnistrene, la decizia autorităților publice regionale, va funcționa radiodifuzorul public regional.

## **Capitolul VIII RADIODIFUZORII PRIVAȚI**

#### **Articolul 66. Crearea și funcționarea radiodifuzorilor privați**

(1) Radiodifuzorii privați se pot constitui de către persoane fizice și persoane juridice.

(2) În calitate de fondatori ai radiodifuzorilor privați nu pot fi autoritățile publice de orice nivel, instituțiile de drept public finanțate de la bugetul de stat, partidele și formațiunile politice, întreprinderile și instituțiile specializate în domeniul telecomunicațiilor.

(3) O persoană fizică sau juridică poate deține cel mult cinci licențe de emisie în aceeași unitate administrativ-teritorială sau zonă, fără posibilitatea de a deține exclusivitatea.

*[Art.66 al.(3) modificat prin LP164 din 09.07.10, MO191-193/01.10.10 art.632]*

(4) O persoană fizică sau juridică, din țară sau străinătate, poate fi investitor sau acționar majoritar, direct sau indirect, la cel mult 2 radiodifuzori de diferite tipuri.

(5) Radiodifuzorii privați se autofinanțează din veniturile obținute din activități comerciale, din sponsorizări și prestări de servicii.

(6) Radiodifuzorii privați sînt obligați să informeze publicul privitor la denumirea și sediul administrației, la numele realizatorului de programe sau de emisiuni, la semnalele postului de radio, la simbolul postului de televiziune.

(7) Radiodifuzorii privați titulari de licență de emisie prezintă anual Consiliului

Coordonator al Audiovizualului raport privind realizarea concepției serviciului de programe în anul de activitate precedent.

(8) Radiodifuzorii privați desfășoară activitate în conformitate cu concepția generală a serviciului de programe, în al cărui temei Consiliul Coordonator al Audiovizualului a eliberat licența de emisie și/sau autorizația de retransmisie.

## **Capitolul IX**

### **DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII**

#### **Articolul 67**

La intrarea în vigoare a prezentului cod, se abrogă:

- a) Legea audiovizualului nr.603-XIII din 3 octombrie 1995;
- b) Legea nr.1320-XIV din 26 iulie 2002 cu privire la instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”.

#### **Articolul 68**

(1) Parlamentul Republicii Moldova, în termen de 2 luni de la data intrării în vigoare a prezentului cod, va constitui și va aproba componența Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(2) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va elabora și va prezenta Parlamentului, în termen de 2 luni de la constituire, spre adoptare statutul propriu, structura, devizul de cheltuieli și cuantumul salariului funcției membrilor și colaboratorilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

(3) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va publica, în decursul a 2 luni de la constituire, în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web avizul desfășurării concursului pentru suplinirea funcțiilor de membru al Consiliului de Observatori al instituției publice naționale a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”.

(4) Consiliul de Observatori va anunța, în termen de 2 luni de la data constituirii sale, concursul pentru suplinirea funcțiilor de președinte, director de televiziune și director de radiodifuziune al instituției publice naționale a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”.

(5) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va iniția, în termen de 2 luni de la constituire, controlul serviciilor de programe existente și al legalității eliberării licențelor către titulari, inclusiv radiodifuzorilor fondați și finanțați de autoritățile administrației publice locale, va elabora recomandări privind mecanismele de intrare în legalitate a acestora, astfel încât să nu se admită lichidarea lor, ci să se asigure crearea unui mediu pluralist de dezvoltare a domeniului audiovizualului.

(6) Autoritățile administrației publice locale fondatoare de instituții ale audiovizualului vor emite, în termen de 3 luni, decizii de reorganizare a acestor instituții în conformitate cu prezentul cod.

(7) Consiliul Coordonator al Audiovizualului va consulta radiodifuzorii și alte părți interesate și va elabora, în termene rezonabile, un cod de conduită care va conține reglementări exhaustive și detaliate privind crearea unor servicii de programe pe principiile de comunicare audiovizuală expuse în prezentul cod și în conformitate cu standardele europene.

(8) Licențele de emisie eliberate radiodifuzorilor înainte de intrarea în vigoare a prezentului cod rămân în vigoare pînă la expirarea termenelor pentru care au fost acordate.

PREȘEDINTELE  
PARLAMENTULUI  
Chișinău, 27 iulie 2006.  
Nr.260-XVI.

Marian LUPU



Republica Moldova

## PARLAMENTUL

### HOTĂRÎRE Nr. 433

din 28.12.2006

#### cu privire la aprobarea statutului, a structurii organizatorice și a efectivului-limită ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului

Publicat : 19.01.2007 în Monitorul Oficial Nr. 6-7 art Nr : 9

Data intrării în vigoare : 28.12.2006

#### *MODIFICAT*

*HP322 din 27.12.12, MO1-5/04.01.13 art.18; în vigoare 01.01.13*

*HP148 din 28.06.12, MO155-159/27.07.12 art.517*

*HP118 din 17.06.10, MO117-118/09.06.10 art.366*

*HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771*

*Titlul hotărîrii modificat prin HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771*

Parlamentul adoptă prezenta hotărîre.

**Art.1.** - Se aprobă:

Statutul Consiliului Coordonator al Audiovizualului, cuprins în anexa nr.1; structura organizatorică a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, prevăzută în anexa nr.2;

*[Art.1 modificat prin HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*

**Art. 2.** – Se stabilește personalul Consiliului Coordonator al Audiovizualului în număr de 64 de unități, inclusiv 11 persoane responsabile de deservirea tehnică a sediului Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

*[Art.2 în redacția HP322 din 27.12.12, MO1-5/04.01.13 art.18; în vigoare 01.01.13]*

*[Art.2 în redacția HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*

**Art.3.** - Categoriile de salarizare și grilele de salarii se vor aplica în conformitate cu Legea nr.355-XVI din 23 decembrie 2005 cu privire la sistemul de salarizare în sectorul bugetar și cu Legea nr. 48 din 22 martie 2012 privind sistemul de salarizare a funcționarilor publici.

*[Art.3 modificat prin HP148 din 28.06.12, MO155-159/27.07.12 art.517]*

**Art.4.** - Hotărârea Parlamentului nr.988-XIII din 15 octombrie 1996 cu privire la statutul, structura, devizul de cheltuieli și cuantumul retribuirii lunare a muncii pentru vechime în muncă membrilor și colaboratorilor Consiliului Coordonator al Audiovizualului se abrogă.

**Art.5.** - Anexele nr.1 și nr.2 fac parte integrantă din prezenta hotărâre.

*[Art.5 modificat prin HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*

**Art.6.** - Prezenta hotărâre intră în vigoare la data adoptării.

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI  
Nr.433-XVI. Chișinău, 28 decembrie 2006.

Marian LUPU

# STATUTUL CONSILIULUI COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

## Capitolul I DISPOZIȚII GENERALE

**Art.1.** - Consiliul Coordonator al Audiovizualului este o autoritate publică autonomă în domeniul audiovizualului din Republica Moldova, reprezentant și garant al interesului public în domeniul audiovizualului, potrivit art.39 din Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr.260-XVI din 27 iulie 2006.

## Capitolul II CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

**Art.2.** - Atribuțiile Consiliului Coordonator al Audiovizualului (denumit în continuare Consiliu) sînt stabilite de Codul audiovizualului.

**Art.3.** - Membrii Consiliului, în calitatea lor de garanți ai interesului public în domeniul audiovizualului, au îndatorirea, în limitele competențelor legale, de a adopta toate măsurile necesare pentru a preveni lezarea interesului public.

- a) respectarea de către instituțiile audiovizuale a legislației, a normelor juridice în vigoare;
- b) relațiile externe în domeniu;
- c) licențierea genurilor de programe audiovizuale;
- d) activitatea instituțiilor audiovizuale din teritoriu;
- e) monitorizarea programelor audiovizuale;
- f) perspectivele dezvoltării audiovizualului autohton;
- g) administrarea resurselor interne etc.

**Art.5.** - (1) Consiliul se întrunește în ședințe publice de 2 ori pe lună sau de cîte ori este necesar.

(2) Ordinea de zi a ședinței, însoțită de documentația aferentă, este transmisă tuturor membrilor Consiliului și, după caz, direcțiilor implicate cu cel puțin 72 de ore înainte de începerea ședinței.

(3) În deschiderea ședințelor, ordinea de zi poate fi completată, la propunerea membrilor Consiliului, cu acordul majorității.

(4) Consiliul se întrunește obligatoriu atunci cînd se supun aprobării solicitării de acordare de licențe de emisie, autorizații de retransmisie, decizii de reglementare, propuneri de monitorizare a radiodifuzorilor, propuneri de sancțiuni sau cînd se dezbate rapoarte de monitorizare și de inspecție.

*[Art.5 al.(4) modificat prin HP322 din 27.12.12, MO1-5/04.01.13 art.18; în vigoare 01.01.13]*

**Art.6.** - (1) La ședințele Consiliului participă, după caz, șefii direcțiilor și serviciilor de specialitate.

(2) Dezbaterile Consiliului și modul de adoptare a deciziilor, precum și a altor măsuri, se consemnează în procesul-verbal al ședinței, semnat de președintele Consiliului.

**Art.7.** - Consiliul deliberează în prezența a cel puțin 6 dintre membrii săi, iar deciziile se adoptă dacă întrunesc votul a cel puțin 5 membri.

**Art.8.** - În exercitarea atribuțiilor sale, Consiliul adoptă decizii, instrucțiuni sau, după caz, recomandări.

**Art.9.** - Deciziile Consiliului au caracter de acte administrative și trebuie motivate.

**Art.10.** - Consiliul aprobă raportul anual de activitate care urmează a fi prezentat Parlamentului.

**Art.11.** - Consiliul desemnează reprezentanții săi la activități și manifestări ce au loc în străinătate.

**Art.12.** - Președintele, vicepreședintele, precum și membrii Consiliului acordă săptămânal audiențe, conform unui program stabilit și anunțat public.

## Capitolul III

### PREȘEDINTELE ȘI VICEPREȘEDINTELE CONSILIULUI

**Art.13.** - Pentru funcția de președinte sau de vicepreședinte al Consiliului poate candida orice membru al Consiliului.

**Art.14.** - Alegerea și revocarea președintelui și/sau a vicepreședintelui Consiliului se fac, prin vot deschis, cu simpla majoritate de voturi, în condițiile legii.

**Art.15.** - Președintele conduce Consiliul și coordonează activitatea membrilor acestuia în limitele competențelor stabilite de Codul audiovizualului.

**Art.16.** - Președintele convoacă și conduce ședințele Consiliului. În absența președintelui, această atribuție o preia vicepreședintele Consiliului.

**Art.17.** - Președintele semnează deciziile adoptate de Consiliu, asigurând punerea în aplicare a acestora.

**Art.18.** - Președintele Consiliului este ordonatorul principal de credite și asigură gestionarea eficientă a fondurilor publice alocate.

**Art.19.** - Președintele reprezintă Consiliul în relațiile acestuia cu Parlamentul, cu Președinția Republicii Moldova, cu Guvernul, cu persoanele juridice din domeniul radiodifuziunii și din cel al televiziunii, cu partidele și formațiunile politice, cu alte autorități publice și persoane juridice, precum și în relațiile internaționale.

**Art.20.** - Președintele numește și eliberează din funcție personalul aparatului tehnic de specialitate al Consiliului în temeiul și în condițiile legii.

**Art.21.** - În îndeplinirea atribuțiilor sale, președintele Consiliului emite decizii administrative.

**Art.22.** - În absența președintelui, conducerea Consiliului este asigurată de vicepreședinte, iar în absența vicepreședintelui și a vicepreședintelui, va fi desemnat un alt membru al Consiliului, care să îndeplinească atribuțiile președintelui.

## **Capitolul IV**

### **ȘEDINȚELE CONSILIULUI**

**Art.23.** - Ședințele Consiliului sînt publice. Ele sînt conduse de președinte sau vicepreședinte, iar prin delegare - de oricare dintre membrii Consiliului.

**Art.24.** - La inițiativa președintelui sau a cel puțin 3 membri, Consiliul are dreptul, o singură dată și în baza unor argumente întemeiate, să solicite reexaminarea unei probleme sau a unei decizii adoptate. Excepție fac deciziile privind acordarea licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie.

*[Capitolul V exclus prin HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*

## **Capitolul VI**

### **DISPOZIȚII FINALE**

**Art.41.** - Prezentul statut se completează cu prevederile legislației în vigoare.

**Art.42.** - Orice modificare legislativă în domeniu determină în mod obligatoriu modificarea corespunzătoare a prezentului statut.

**Art.43.** - Nerespectarea prevederilor statutului Consiliului constituie o abatere disciplinară și se sancționează potrivit legii.



# REGULAMENT

## cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie

### Capitolul I

#### DISPOZIȚII GENERALE

**Art.1.** - Regulamentul cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie (denumit în continuare regulament) stabilește procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie, în conformitate cu Codul audiovizualului și cu alte acte legislative în vigoare.

**Art.2.** - În sensul prezentului regulament, următoarele noțiuni semnifică:

*transmisiune* - difuzare inițială prin unde radioelectrice, cablu sau satelit, în formă codificată sau necodificată, a serviciilor de programe destinate publicului;

*retransmisie* - captare și transmitere simultană a serviciilor de programe sau a unor părți importante din asemenea servicii, prin orice mijloace tehnice, în integralitatea lor și fără nici o modificare, difuzate de radiodifuzori și destinate recepționării de către public;

*radiodifuzor* - persoană fizică sau juridică avînd responsabilitatea editorială pentru alcătuirea serviciilor de programe destinate recepționării de către public care asigură difuzarea acestora direct sau prin intermediul unui terț;

*radiodifuzor public* - instituție audiovizuală națională sau regională, cu statut de persoană juridică de drept public, aflată în serviciul societății, independentă editorial, a cărei activitate este supravegheată de societate;

*radiodifuzor privat* - instituție audiovizuală cu statut de persoană juridică de drept privat;

*distribuitor de servicii* - orice persoană juridică ce pune la dispoziție publicului o ofertă de servicii de programe prin orice mijloc de comunicație electronică, inclusiv prin satelit, cablu sau eter, retransmise pe bază de relații contractuale cu radiodifuzorii ori cu alți distribuitori;

*serviciu de programe* - ansamblu al programelor sau emisiunilor de radio și televiziune, furnizate de un radiodifuzor;

*licență de emisie* - act oficial prin care Consiliul Coordonator al Audiovizualului acordă unui radiodifuzor aflat sub jurisdicția Republicii Moldova dreptul de a difuza, într-o zonă determinată, un anumit serviciu de programe;

*autorizație de retransmisie* - act oficial prin care Consiliul Coordonator al Audiovizualului acordă dreptul de retransmisie a unui serviciu de programe pe teritoriul Republicii Moldova;

*licență tehnică* - act oficial prin care autoritatea administrației publice centrale de specialitate legalizează utilizarea mijloacelor tehnice de telecomunicații prin eter și prin cablu conform parametrilor prevăzuți și acordă titularului licenței de emisie obținute pe bază de concurs, în condițiile stabilite de aceasta, dreptul de a utiliza, pentru o perioadă determinată, una sau mai multe frecvențe radioelectrice;

*opere audiovizuale europene* - opere de creație ale căror producere și coproducere sînt controlate de persoane fizice sau juridice europene;

*cesiune* - transmiterea de către un titular de licență către altă persoană a drepturilor și obligațiilor asupra licenței de emisie;

acord prealabil - act juridic prin care se confirmă disponibilitatea proprietarului canalului sau a agentului acestuia de a semna contractul cu privire la retransmisia serviciilor de programe.

## **Capitolul II**

### **LICENȚA DE EMISIE**

**Art.3.** - (1) Anunțarea concursului pentru utilizarea frecvențelor radio și a canalelor TV se face în temeiul legislației în vigoare și a deciziei Consiliului. Parametrii frecvențelor radio și ai canalelor TV, condițiile de participare și criteriile de departajare a solicitanților la concurs se dau publicității. Documentele se recepționează în termenul stabilit prin decizia Consiliului. Bilanțul concursului se face în cadrul ședinței publice a Consiliului.

(2) Rezultatele concursului, conform deciziei Consiliului, se dau publicității.

**Art.4.** - (1) Consiliul eliberează următoarele categorii de acte:

a) licențe de emisie eliberate prin concurs, pentru:

- transmisia serviciilor de programe radio;

- transmisia serviciilor de programe televizate;

- transmisia și/sau retransmisia serviciilor de programe televizate prin sistemul MMDS;

b) licențe de emisie eliberate fără concurs, pentru:

- transmisia serviciilor de programe radio prin cablu;

- transmisia serviciilor de programe televizate prin cablu;

- transmisia serviciilor de programe radio prin satelit;

- transmisia serviciilor de programe televizate prin satelit;

c) autorizații de retransmisie pentru:

- retransmisia serviciilor de programe radio prin cablu;

- retransmisia serviciilor de programe televizate prin cablu.

(2) Prezentul regulament nu reglementează relațiile privind crearea și activitatea sistemelor de televiziune și radiodifuziune de tip închis (de producție, tehnologice, didactice, de serviciu), altor feluri de comunicare ce funcționează pe principiile comutării individuale și care nu sînt destinate pentru recepționare în masă, activitatea secțiilor de radioamatori de diferite genuri, precum și activitatea legată de realizarea și închirierea producției audiovizuale.

### **SECȚIUNEA 1**

#### **Desfășurarea concursurilor**

**Art.5.** - Consiliul anunță concursuri pentru repartizarea frecvențelor radio și a canalelor TV disponibile în baza avizului autorității administrației publice centrale de specialitate.

**Art.6.** - (1) Anunțul va include:

- a) condițiile (inclusiv nomenclatorul actelor pentru participare la concurs) și termenul limită pentru prezentarea solicitărilor;
- b) frecvențele (grupuri de frecvențe) radio și canalele (grupuri de canale) TV cu parametrii: localitatea, puterea aparent radiată, reducerea puterii aparent radiate (după caz), polarizarea, înălțimea efectivă a antenei;
- c) sistemele MMDS cu parametrii: localitatea, diapazonul de frecvențe, numărul canalelor TV;
- d) cerințele față de serviciul de programe (după caz);
- e) termenul de valabilitate a licenței de emisie;
- f) mărimea taxei de stat pentru licența de emisie;
- g) criteriile de departajare.

(2) Nomenclatorul actelor pentru participare la concurs va include:

- a) cererea-model de înscriere la concursul pentru obținerea licenței de emisie;
- b) copia de pe certificatul de înregistrare a întreprinderii, instituției, organizației;
- c) copia de pe extrasul din Registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor referitor la administratorul întreprinderii și la genurile de activitate;
- d) copia de pe statutul întreprinderii solicitante, autentificată în modul stabilit, cu anexarea tuturor modificărilor introduse pe parcurs;
- e) certificatul privind lipsa sau existența restanțelor față de bugetul public național sau, după caz, contractul de eşalonare a datoriei;
- f) proiectul editorial al radiodifuzorului: scopurile, sarcinile, timpul și volumul de emisie (inclusiv realizarea programelor proprii, nu mai puțin de 30% din volumul total de emisie), tematica și ponderea lor în procente față de volumul total de emisie, limba de difuzare a programelor (emisiunilor realizate în limba de stat, în procente față de volumul total de emisie proprie, li se rezervă nu mai puțin de 65%, cu excepția localităților care cad sub incidența art.11 alin.(9) din Codul audiovizualului), formatul muzical pentru posturile de radio (genul operelor muzicale preconizate spre difuzare), modul de transmisie (prin unde, prin cablu, prin radioreleu, prin satelit etc.), raza de emisie și auditoriul consumator de programe;
- g) planul de afaceri care va cuprinde: etapele de realizare a proiectului, asigurarea economică a proiectului, organigrama instituției și experiența solicitantului în domeniul audiovizualului, rezultatele investigării interesului populației față de proiectul ce urmează să fie realizat;
- h) grila de emisie săptămânală: denumirea emisiunilor, timpul de difuzare, tematica, limba de realizare și alte componente ale serviciilor de programe și/sau lista canalelor retransmise: denumirea, țara de origine, limba de difuzare;
- i) actul prealabil de procurare a tehnicii necesare sau de arendă a acesteia;
- j) declarația privind participarea, directă sau indirectă, ori neparticiparea cu capital în fondurile statutare ale altor societăți din domeniul audiovizualului (în procente);
- k) denumirea radiodifuzorului, datele de identificare (înregistrarea semnalelor sonore ale postului de radio sau grafica siglei studioului TV).

(3) Titularii licențelor de emisie participanți la concurs pentru extinderea ariei de emisie prezintă:

- a) cerere-model de înscriere la concurs;

- b) certificatul privind lipsa sau existența restanțelor față de bugetul public național sau, după caz, contractul de eșalonare a datoriilor;
- c) proiectul editorial al radiodifuzorului cu privire la funcționare în condițiile noi;
- d) planul de afaceri care va cuprinde: etapele de realizare a proiectului, asigurarea economică a proiectului, organigrama instituției și experiența solicitantului în domeniul audiovizualului, rezultatele investigării interesului populației față de proiectul ce urmează să fie realizat;
- e) grila de emisie săptămînală: denumirea emisiunilor, timpul de difuzare, conținutul, limba de realizare a emisiunilor și alte componente ale serviciilor de programe și/sau lista canalelor retransmise: denumirea, țara de origine, limba de difuzare;
- f) actul prealabil de procurare a tehnicii necesare sau de arendă a acesteia.

**Art.7.** - Recepționarea materialelor pentru participarea la concurs și remedierea neregularităților constatate se efectuează pe parcursul a 30 de zile din ziua anunțării concursului pentru utilizarea frecvențelor radio și a canalelor TV în Monitorul Oficial al Republicii Moldova. În această perioadă, solicitanții beneficiază de consultații necesare completării corecte a dosarelor.

**Art.8.** - Cererea pentru eliberarea licenței nu se acceptă:

- a) dacă a fost depusă (semnată) de o persoană care nu dispune de împuternicirile respective;
- b) dacă a fost depusă cu încălcarea cerințelor prevăzute de art.6 alin.(2) sau (3) din prezentul regulament;
- c) în alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.

**Art.9.** - (1) Setul complet de documente prezentat la concurs se înregistrează în Registrul de evidență a cererilor pentru eliberarea licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie.

(2) Solicitantului i se eliberează o recipisă care confirmă recepționarea cererii și a setului de documente.

(3) Cererea și documentele de participare la concurs se păstrează în dosarul titularului de licență.

**Art.10.** - La concurs, solicitanții pot fi însoțiți de o echipă formată din cel mult 3 persoane împuternicite să furnizeze membrilor Consiliului informații referitoare la:

- a) statutul societății comerciale, situația juridică, structura de capital, alte informații asupra activității acesteia;
- b) formatul de principiu al serviciului de programe, structura programelor, alte aspecte specifice ale proiectului editorial;
- c) capacitățile de producție prevăzute, realizarea și echiparea studioului, alte aspecte specifice de ordin tehnic;
- d) capacitatea de susținere financiară a proiectului.

**Art.11.** - Criteriile de departajare a participanților la concursul pentru utilizarea frecvențelor radio și a canalelor TV sînt:

- a) originalitatea proiectului editorial prin care se asigură dezvoltarea audiovizualului autohton;
- b) ponderea producției audiovizuale proprii (în procente) în grila de emisie, diversitatea programelor;

- c) ponderea producției audiovizuale autohtone și europene în volumul total al emisie;
- d) prioritatea (în procente) a emisiunilor difuzate în limba de stat a Republicii Moldova;
- e) propagarea valorilor general-umane: a onoarei, compasiunii, filantropiei, prieteniei, respectului față de memoria înaintașilor, dragostei față de țară, grijii pentru mediul înconjurător, patriotismului, protejării demnității umane, protejării minorilor etc.;
- f) propagarea culturii naționale a poporului moldovenesc, etniilor conlocuitoare, precum și a culturii universale;
- g) prioritatea programelor instructiv-educative, artistice și pentru copii;
- h) abordarea problemelor privind instruirea profesională, modul sănătos de viață, combaterea violenței, sadismului și pornografiei;
- i) reflectarea în programele audiovizuale a poziției diverselor grupuri sociale;
- j) respectarea strictă a legislației;
- k) obținerea premiilor la diverse concursuri în perioada anterioară de activitate în domeniul audiovizualului;
- l) experiența echipei redacționale în domeniul audiovizualului;
- m) dotarea cu echipament de performanță și aplicarea tehnologiilor audiovizuale avansate, volumul investițiilor preconizate pentru realizarea emisie;
- n) în cazul existenței mai multor solicitanți la obținerea licenței, fostul titular poate avea prioritate în funcție de modul respectării condițiilor prevăzute în licența de emisie pe parcursul termenului de valabilitate a licenței precedente și de volumul investițiilor alocate în dezvoltarea audiovizualului național în perioada precedentă de activitate.

**Art.12.** - Cererea de eliberare a licenței se respinge în cazul în care:

- a) documentele prezentate de solicitant conțin date eronate sau care nu corespund adevărului;
- b) nu există resurse disponibile (frecvențe sau canale libere);
- c) solicitantul încalcă legislația în vigoare, prezentul regulament, reglementările din domeniul audiovizualului;
- d) solicitantul nu a întrunit numărul necesar de voturi;
- e) în alte cazuri prevăzute de legislația în vigoare.

**Art.13.** - Materialele prezentate se examinează (se expertizează) și se întocmește o notă informativă.

**Art.14.** - Desfășurarea concursului, anunțat de Consiliu, are loc în cel mult 20 de zile de la expirarea termenului de depunere a ofertelor.

**Art.15.** - După expirarea termenului de valabilitate a licențelor, frecvențele radio și canalele TV disponibilizate se anunță la concurs.

**Art.16.** - Solicitanții care doresc să obțină o nouă licență pentru următoarea perioadă de activitate depun setul complet de documente în conformitate cu nomenclatorul actelor pentru participare la concurs.

**Art.17.** - Din momentul expirării termenului de valabilitate a licenței de emisie și pînă la eliberarea unei licențe noi, titularul licenței de emisie, prin decizia acordată de Consiliu, își continuă activitatea audiovizuală.

## SECȚIUNEA a 2-a

### Eliberarea licențelor de emisie fără concurs

**Art.18.** - Licențele de emisie pentru difuzarea serviciilor de programe prin orice alte mijloace de telecomunicații decât cele radioelectrice terestre se eliberează prin decizia Consiliului, fără concurs.

**Art.19.** - (1) Pentru obținerea licenței, conducătorul întreprinderii sau organizației ori persoana autorizată de acesta depune cerere conform modelului stabilit.

(2) La cererea de eliberare a licenței se anexează:

a) copia de pe certificatul de înregistrare a întreprinderii, instituției, organizației;

b) copia de pe extrasul din Registrul de stat al întreprinderilor și organizațiilor referitor la administratorul întreprinderii și la genurile de activitate;

c) copia de pe statutul întreprinderii solicitante, autenticată în modul stabilit, cu anexarea tuturor modificărilor introduse pe parcurs;

d) certificatul privind lipsa sau existența restanțelor față de bugetul public național sau, după caz, contractul de eșalonare a datoriilor;

e) proiectul editorial al radiodifuzorului: scopurile, sarcinile, timpul și volumul de emisie (inclusiv realizarea programelor proprii, nu mai puțin de 30% din volumul total de emisie), tematica și ponderea lor în procente față de volumul total de emisie, limba de difuzare a programelor (emisiunilor realizate în limba de stat, în procente față de volumul total de emisie proprie, li se rezervă nu mai puțin de 65%, cu excepția localităților care cad sub incidența art.11 alin.(9) din Codul audiovizualului), formatul muzical pentru posturile de radio (genul operelor muzicale preconizate spre difuzare), modul de transmisie (prin unde, prin cablu, prin radioreleu, prin satelit etc.), raza de emisie și auditoriul consumator de programe;

f) planul de afaceri care va cuprinde: etapele de realizare a proiectului, asigurarea economică a proiectului, organigrama instituției și experiența solicitantului în domeniul audiovizualului, rezultatele investigării interesului populației față de proiectul ce urmează să fie realizat;

g) grila de emisie săptămînală: denumirea emisiunilor, timpul de difuzare, tematica, limba de realizare și alte componente ale serviciilor de programe și/sau lista canalelor retransmise: denumirea, țara de origine, limba de difuzare;

h) actul prealabil de procurare a tehnicii necesare sau de arendă a acesteia;

i) avizul autorității administrației publice locale (în cazul rețelelor TV prin cablu);

j) declarația privind participarea, directă sau indirectă, ori neparticiparea cu capital în fondurile statutare ale altor societăți din domeniul audiovizualului (în procente);

k) denumirea radiodifuzorului sau distribuitorului de servicii, datele de identificare (înregistrarea semnalelor sonore ale postului de radio sau grafica siglei studioului TV).

**Art.20.** - (1) În perioada de perfectare a actelor, solicitanții beneficiază de consultații. Setul complet de documente prezentat este înregistrat în Registrul de evidență a cererilor pentru eliberarea licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie.

(2) Solicitantului i se eliberează o recipisă prin care se confirmă recepționarea setului respectiv de documente.

(3) Materialele prezentate se examinează (se expertizează) și se întocmește o notă informativă.

(4) Cererea solicitantului privind eliberarea licenței de emisie este examinată de către Consiliu în termen de 30 de zile.

(5) La ședința Consiliului, solicitanții pot fi însoțiți de cel mult 3 persoane pentru a furniza informații care vizează activitatea audiovizuală ulterioară.

## **SECȚIUNEA a 3-a**

### **Perfectarea și eliberarea licenței de emisie**

**Art.21.** - Licența de emisie se perfectează în termen de 3 zile lucrătoare din ziua semnării deciziei de eliberare a licenței. Licența se eliberează la prezentarea documentului care confirmă achitarea taxei pentru licență.

**Art.22.** - Dacă solicitantul de licență nu a prezentat, în termen de 30 de zile de la data înmînării copiei de pe decizia Consiliului cu privire la eliberarea licenței, documentul ce confirmă achitarea taxei pentru eliberarea acesteia sau nu s-a prezentat pentru a i se elibera licența perfectată, Consiliul este în drept să anuleze propria decizie, licența perfectată fiind declarată nevalabilă.

## **SECȚIUNEA a 4-a**

### **Modificarea datelor indicate în documentele anexate la cererea de eliberare a licenței**

**Art.23.** - Titularul de licență, în termen de 10 zile de la operarea modificărilor în documentele anexate la cererea de eliberare a licenței, este obligat să informeze, în scris, Consiliul despre aceste modificări, anexînd documentele în original sau în copii autentificate, care confirmă aceste modificări.

## **SECȚIUNEA a 5-a**

### **Suspendarea și reluarea valabilității licenței**

**Art.24.** - (1) Drept temei pentru suspendarea licenței servesc:

a) nerespectarea de către titularul de licență a prescripției privind lichidarea încălcării condițiilor de licențiere în termenul stabilit;

b) pierderea parțială sau temporară de către titularul de licență a capacității de a desfășura genul de activitate licențiat.

(2) Decizia privind suspendarea licenței se adoptă de consiliu în termen de 15 zile lucrătoare de la data stabilirii temeiurilor și se aduce la cunoștința titularului de licență în termen de 5 zile lucrătoare de la data adoptării deciziei. Termenul de suspendare a licenței nu poate depăși 6 luni.

(3) Titularul de licență este obligat să informeze, în scris, Consiliul despre lichidarea circumstanțelor care au dus la suspendarea licenței.

(4) Decizia privind reluarea valabilității licenței se adoptă de Consiliu în termen de 5 zile lucrătoare și se aduce la cunoștință titularului de licență de asemenea în termen de 5 zile lucrătoare de la data primirii înștiințării respective și a verificării faptului de lichidare a circumstanțelor care au dus la suspendarea licenței.

(5) Termenul de valabilitate a licenței nu se prelungește pe perioada de suspendare a acesteia.

## SECȚIUNEA a 6-a

### Reperfectarea licenței de emisie

**Art.25.** - (1) Modificarea datelor ce se conțin în licență și în anexa la ea constituie temei pentru reperfectarea licenței.

(2) La apariția temeiurilor pentru reperfectarea licenței, titularul acesteia este obligat, în termen de 10 zile lucrătoare, să depună la Consiliu o cerere de reperfectare a licenței împreună cu originalul licenței care necesită reperfectare și documentele (sau copiile de pe acestea, autentificate de notar sau de organul care le-a eliberat) ce confirmă modificările în cauză.

(3) Consiliul, în termen de 15 zile lucrătoare de la data depunerii cererii de reperfectare a licenței și a documentelor anexate la ea, adoptă decizie privind reperfectarea licenței, iar în cazul constatării încălcărilor indicate la art.27 alin.(1) lit.a)-g) sau ale art.38 alin.(2) din Codul audiovizualului - decizie privind sancționarea titularului de licență, suspendarea sau retragerea licenței.

(4) Licența reperfectată se eliberează pe același formular sau, după caz, pe un formular nou, ținându-se cont de modificările indicate în cerere; totodată se eliberează copiile necesare de pe licența reperfectată.

(5) Termenul de valabilitate a licenței reperfectate nu poate depăși termenul de valabilitate indicat în licența precedentă.

(6) La reperfectarea licenței, prin decizia Consiliului, licența precedentă se declară nevalabilă; modificările respective se introduc în registrul licențelor.

(7) Activitatea titularului în perioada examinării cererii privind reperfectarea licenței se reglementează prin decizie a Consiliului.

(8) Dacă licența nu a fost reperfectată în termenul stabilit, vina purtînd-o titularul, Consiliul este în drept să aplice, în modul stabilit, sancțiuni administrative sau să retragă licența.

(9) Plata pentru licența reperfectată se percepe în cuantumul prevăzut de legislația în vigoare.

## SECȚIUNEA a 7-a

### Prelungirea licenței

**Art.26.** - (1) După expirarea termenului de valabilitate a licenței de emisie, la solicitarea radiodifuzorului, licența poate fi prelungită de drept, cu respectarea următoarelor condiții:

a) licența de emisie a fost obținută în temeiul Codului audiovizualului și al Legii audiovizualului nr. 603-XIII din 3 octombrie 1995;

[Art.26 al.(1), lit.a) modificată prin HP118 din 17.06.10, MO117-118/09.06.10 art.366]

b) activitatea anterioară a fost desfășurată în conformitate cu prevederile Codului audiovizualului;

c) au fost respectate condițiile prevăzute în licența de emisie pe parcursul termenului de valabilitate a acesteia.



(2) Cererea de prelungire a licenței este depusă de solicitant la Consiliu cu cel puțin o lună înainte de expirarea termenului de valabilitate a licenței.

(3) Dacă solicitarea nu întrunește condițiile prevăzute la art.26 alin.(1) din prezentul regulament, Consiliul va notifica solicitantului faptul anunțării în concurs a frecvențelor respective.

(4) Dacă titularul de licență nu solicită prelungirea licenței în termenul prevăzut la art.26 alin.(2) din prezentul regulament, frecvența se consideră disponibilizată.

(5) Dacă titularul de licență intenționează să desfășoare genul de activitate indicat în licența de emisie după expirarea termenului ei de valabilitate (în cazul în care licența nu se prelungește), acesta este obligat să obțină o nouă licență în modul stabilit de Codul audiovizualului și de prezentul regulament.

## SECȚIUNEA a 8-a

### Retragerea licenței

**Art.27.** - (1) Licența de emisie se retrage:

a) în cazurile menționate la art.27 din Codul audiovizualului;

b) în cazul descoperirii faptului de nereperfectare a licenței conform art. 25 din prezentul regulament sau de neprezentare în scris a informației cu privire la modificarea datelor din documentele anexate la cererea de eliberare a licenței, conform art.23 din prezentul regulament;

c) în alte cazuri prevăzute de legislație.

(2) În termen de 15 zile lucrătoare, începând cu data stabilirii temeiurilor, Consiliul adoptă decizia privind retragerea licenței și, în cel mult 5 zile lucrătoare de la data adoptării, indicând temeiurile retragerii ei, o aduce la cunoștința titularului de licență.

(3) Mențiunea referitoare la data și numărul deciziei privind retragerea licenței se înscrie în registrul licențelor.

(4) În cazul retragerii licenței, taxa pentru licență nu se restituie.

(5) Titularul căruia i s-a retras licența poate să depună o nouă cerere de eliberare a licenței pentru același gen de activitate numai după expirarea a 12 luni de la data depunerii la Consiliu a licenței retrase.

(6) Titularul de licență este obligat, în termen de 10 zile lucrătoare de la data adoptării deciziei de retragere a licenței, să depună la Consiliu licența retrasă.

## SECȚIUNEA a 9-a

### Cesiunea licenței de emisie

**Art.28.** - (1) Licența de emisie poate fi cesionată unui terț doar cu acordul Consiliului și cu condiția că noul titular își asumă toate obligațiile care decurg din licență.

(2) În cazul în care titularul licenței de emisie intenționează să cedeze către un terț licența, solicitanții vor depune la Consiliu următoarele documente:

a) cererea cedentului de cesionare a licenței de emisie;

b) cererea cesionarului de eliberare a licenței de emisie cu asumarea tuturor obligațiilor care decurg din licență, cu anexarea setului de documente prevăzut în nomenclatorul actelor pentru obținerea licenței.

(3) În termen de 15 zile de la data primirii solicitării, Consiliul decide asupra cesiunii licenței de emisie.

(4) În termen de 5 zile calendaristice de la obținerea licenței de emisie, cesionarul va depune la Consiliu o cerere de modificare a licenței tehnice.

(5) Copia de pe licența tehnică modificată va fi depusă la Consiliu în termen de 5 zile de la eliberarea acesteia.

**Art.29.** - Licența de emisie nu poate fi cesionată decât după o perioadă de minimum 12 luni de la data începerii difuzării serviciului de programe.

### **Capitolul III**

## **AUTORIZAȚIA DE RETRANSMISIE**

**Art.30.** - (1) Retransmisia integrală a unor servicii de programe sau a unei părți din acestea se efectuează numai în condițiile deținerii autorizației de retransmisie.

(2) Autorizația de retransmisie cuprinde:

- a) numărul autorizației;
- b) datele de identificare a titularului autorizației de retransmisie;
- c) denumirea distribuitorului de servicii;
- d) amplasamentul stației;
- e) denumirea localităților deservite de rețea;
- f) structura ofertei serviciilor de programe retransmise.

**Art.31.** - (1) Autorizația de retransmisie este valabilă pe un termen de 6 ani.

(2) Taxa de stat pentru eliberarea autorizației de retransmisie este egală cu taxa prevăzută de legislația în vigoare pentru eliberarea licenței de emisie.

**Art.32.** - (1) Autorizația de retransmisie constituie temei pentru obținerea licenței tehnice.

(2) Cererea de eliberare a licenței tehnice se depune la Consiliu, care o înregistrează și o remite autorității administrației publice centrale de specialitate în termen de 24 de ore.

**Art.33.** - (1) Autorizația de retransmisie se eliberează fără concurs.

(2) Pentru obținerea autorizației de retransmisie, conducătorul întreprinderii sau organizației ori persoana autorizată de acesta depune cerere conform modelului stabilit.

(3) La cererea de eliberare a autorizației de retransmisie se anexează:

a) conținutul ofertei serviciilor de programe (lista serviciilor de programe preconizate spre retransmitere, la alcătuirea cărora se va ține cont de cerințele art.11 alin.(8) și art.29 alin.(5) din Codul audiovizualului);

b) acordul prealabil cu producătorii serviciilor de programe respective sau reprezentanții legali ai acestora. Dacă acordul este perfectat în altă limbă decât cea de stat, se prezintă și traducerea legalizată;

c) dovada capacității financiare de asigurare a realizării proiectului (cont bancar, certificat bancar asupra intenției de acordare a unui împrumut, factură de achiziționare a mijloacelor tehnice necesare etc.);

d) avizul autorității publice locale din teritoriul care va beneficia de serviciile distribuitorilor de programe (în cazul rețelelor cu transmisie prin cablu);

e) dovada achitării taxei de stat.

**Art.34.** - (1) Setul complet de documente prezentat se înregistrează în Registrul de evidență a cererilor pentru eliberarea licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie.

(2) Solicitantului i se eliberează o recipisă prin care se confirmă recepționarea setului respectiv de documente.

**Art.35.** - Titularul autorizației de retransmisie își poate începe activitatea dacă sînt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

a) intenția de începere a activității a fost comunicată, în scris, Consiliului cu cel puțin 72 de ore înainte de lansarea emisiei. Informația este însoțită de originalul sau copia legalizată de pe contractele încheiate cu producătorii serviciilor de programe preconizate pentru retransmisie sau cu reprezentanții legali ai acestora;

b) conținutul ofertei serviciului de programe corespunde celui declarat la momentul obținerii autorizației de retransmisie. În cazul unor modificări, acestea urmează să fie aprobate de către Consiliu și introduse în condițiile autorizației de retransmisie.

**Art.36.** - (1) Modificarea autorizației de retransmisie se efectuează prin decizia Consiliului, în termen de 15 zile după depunerea cererii (cu anexarea documentelor și datelor modificate).

(2) Modificarea structurii ofertei poate fi operată de către distribuitorul de servicii numai după aprobarea acesteia de către Consiliu.

**Art.37.** - Cererea de obținere a unei noi autorizații de retransmisie se depune la Consiliu cu 15 zile înaintea datei de expirare a autorizației sau licenței obținute anterior.

**Art.38.** - (1) Autorizația de retransmisie se retrage în următoarele situații:

a) titularul autorizației de retransmisie încalcă sistematic prevederile legislației în vigoare și condițiile autorizației;

b) distribuitorul de servicii retransmite un serviciu de programe fără deținerea drepturilor de retransmisie;

c) ca urmare a retragerii licenței tehnice;

d) la cererea titularului;

e) distribuitorul de servicii nu lansează emisia în termen de cel mult un an de la data eliberării autorizației de retransmisie.

(2) Retragerea autorizației de retransmisie se aplică de Consiliu numai după epuizarea celorlalte modalități de sancționare prevăzute la art.38 din Codul audiovizualului.

## **Capitolul IV** **LICENȚA TEHNICĂ**

**Art.39.** - (1) Titularul licenței de emisie sau a autorizației de retransmisie va solicita licența tehnică în termen de cel mult 6 luni de la data obținerii licenței de emisie sau a autorizației de retransmisie, după executarea condițiilor tehnice prevăzute de procedura de eliberare și modificare a licenței tehnice, elaborată de autoritatea administrației publice centrale de specialitate și coordonată cu Consiliul.

(2) Cererea de obținere a licenței tehnice se depune la Consiliu, care, în termen de 24 de ore, o va remite autorității administrației publice centrale de specialitate.

(3) Licența tehnică se eliberează de autoritatea administrației publice centrale de specialitate în termen de 5 zile de la data solicitării.

## **Capitolul V**

### **DISPOZIȚII FINALE**

**Art.40.** - Prezentul regulament face parte integrantă din Statutul Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

**Art.41.** - Prezentul regulament este obligatoriu pentru radiodifuzorii și distribuitorii de servicii, solicitanții licențelor de emisie și autorizațiilor de retransmisie din Republica Moldova.

**Art.42.** - Radiodifuzorii și distribuitorii de servicii, solicitanții licențelor de emisie și autorizațiilor de retransmisie își asumă toată responsabilitatea privind respectarea prezentului regulament.

## **STRUCTURA ORGANIZATORICĂ A CONSILIULUI COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI**

Președinte

Vicepreședinte

Membrii Consiliului

Direcția generală licențiere, autorizare și monitorizare:

– Direcția licențiere și autorizare

– Direcția control și digitalizare

– Direcția monitorizare radio

– Direcția monitorizare TV

Direcția juridică și reglementări

Serviciul comunicare și relații cu publicul

Serviciul economie, finanțe și evidență contabilă

Serviciul resurse umane

Serviciul relații externe și integrare europeană

Serviciul audit intern

Direcția administrativă

Serviciul tehnologii informaționale

Serviciul secretariat

*[Anexa nr.2 în redacția HP322 din 27.12.12, MO1-5/04.01.13 art.18; în vigoare 01.01.13]*

*[Anexa nr.2 în redacția HP148 din 28.06.12, MO155-159/27.07.12 art.517]*

*[Anexa nr.2 în redacția HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*

*[Anexele nr.3-4 excluse prin HP240-XVI din 13.11.08, MO208-209/21.11.08 art.771]*



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIA nr. 51

din 12 aprilie 2007

#### cu privire la ponderea muzicii autohtone în serviciile de programe audiovizuale

Publicat : 20.04.2007 în Monitorul Oficial Nr. 54-56 art Nr : 227a

*MODIFICAT*

*DCCA118 din 11.07.13, MO177-181/16.08.13 art.1260*

În scopul susținerii culturii muzicale autohtone ca parte componentă a culturii naționale, în temeiul Art. 11 (4), 39 (2), 40 (1), lit. m), 40 (3) și 41 (1), lit. e) ale Codului audiovizualului nr.260-XVI din 27.07.2006, Consiliul Coordonator al Audiovizualului

#### DECIDE:

**Art. 1.** Ponderea creațiilor muzicale autohtone (piese ale căror autori și/sau interpreți se află sub jurisdicția Republicii Moldova, indiferent de genul muzicii sau, după caz, limba în care sînt realizate textele) în serviciile de programe radio va constitui nu mai puțin de 30 % din volumul total al emisiiei muzicale, cu distribuire uniformă pe parcursul zilei de emisie.

**Art.2.** Ponderea creațiilor muzicale autohtone în serviciile de programe TV specializate în domeniul muzicii va constitui nu mai puțin de 30 % din volumul total al emisiiei muzicale, cu distribuire uniformă pe parcursul zilei de emisie.

*[Art.2 în redacția DCCA118 din 11.07.13, MO177-181/16.08.13 art.1260]*

**Art. 3.** Art. 2 al Deciziei CCA nr. 1 din 3 februarie 2004 se abrogă.

**Art. 4.** Controlul asupra executării prezentei Decizii îl exercită Direcția monitorizare (dl A.Bîrsa).

Președintele Consiliului  
Coordonator al Audiovizualului  
Secretar

Corneliu MIHALACHE  
Constantin BÎRCĂ

Nr. 51. Chișinău, 12 aprilie 2007.



**DECIZIA nr. 127**  
din 26 decembrie 2007

Despre Codul de conduită al radiodifuzorilor

În conformitate cu Art. 40 f) și 68 (7) ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006 (publicat în Monitorul Oficial nr. 131 din 18.08.2006), Consiliul Coordonator al Audiovizualului

**DECIDE:**

**Art. 1.** Se adoptă Codul de conduită al radiodifuzorilor (se anexează).

**Art. 2.** Prezenta Decizie se publică în „Monitorul Oficial” și pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

**Art. 3.** Controlul asupra executării prezentei Decizii îl exercită Secretarul CCA.

Președinte

Gheorghe GORINCIOI

Secretar

Constantin BÎRCĂ

**CODUL**  
**DE CONDUITĂ AL RADIODIFUZORILOR**

Având în vedere rolul major al radioteleviziunii în formarea atitudinilor personale ale cetățenilor; a opiniei publice și în dezvoltarea societății democratice, responsabilitatea etică a instituțiilor audiovizuale față de cetățeni și societate în ansamblu;

Convinși că libertatea de exprimare și asigurarea accesului neîngrădit la orice informație de interes public constituie fundamente esențiale ale unei societăți democratice și ținând cont de faptul că exercitarea acestor drepturi comportă îndatoriri și responsabilități;

Conștienți de responsabilitatea instituțiilor audiovizuale de a difuza servicii de programe conforme cu normele deontologiei profesionale și de necesitatea protejării patrimoniului lingvistic și cultural-național;

Preocupați de necesitatea asigurării protecției minorilor și conștienți că libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viața particulară a persoanei și nici dreptul la propria imagine;

Noi, radiodifuzorii din R. Moldova, ne asumăm obligația de a respecta cu strictețe următoarele reguli și norme de conduită în activitatea profesională.

## **Informarea justă, completă, adecvată și pluralismul politico-social**

1. Radiodifuzorii au datoria primordială de a relata adevărul, indiferent de consecințele ce le-ar putea avea asupra lor, obligație ce decurge din dreptul constituțional al publicului de a fi informat just, complet și adecvat. În virtutea acestui drept radiodifuzorii sunt datori să comunice doar fapte deplin verificate.

2. Radiodifuzorii au obligația de a face o distincție clară între fapte și opinii astfel încât acestea să nu fie confundate. În relatarea faptelor și opiniilor jurnaliștii vor acționa cu bună-credință și nu vor prezenta opiniile lor drept fapte.

3. Informațiile prezentate în cadrul programelor de știri și de actualități trebuie să se bazeze pe fapte și date ale căror veridicitate poate fi stabilită prin metode corespunzătoare de verificare.

4. Informarea în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială și culturală, trebuie să urmărească asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea punctelor de vedere ale tuturor părților implicate și, după caz, a principalelor puncte de vedere aflate în opoziție.

5. Radiodifuzorii nu vor accepta difuzarea emisiunilor audiovizuale editate, prezentate, moderate sau realizate de parlamentari, reprezentanți ai Guvernului și ai administrației publice, persoane cu funcții în structura partidelor politice sau în care aceștia au statut de invitat permanent.

6. Radiodifuzorii trebuie să precizeze calitatea politică a persoanelor care își exprimă punctele de vedere în cadrul emisiunilor informative sau de dezbatere.

7. Radiodifuzorii sunt obligați să ofere dreptul la replică și rectificare oricărei persoane fizice sau juridice ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau inexacte. Radiodifuzorii pot să nu ofere dreptul la replică pentru exprimarea unor opinii și judecăți de valoare, în cazul în care se solicită replica la replică sau în situația în care a fost respectat principiul *audiatur et altera pars*.

8. Radiodifuzorul care distorsionează intenționat informația, face acuzații nefondate, folosește neautorizat fotografii, imagini video și alte surse, ori calomniază, săvârșește abateri profesionale de maximă gravitate.

9. Radiodifuzorii au obligația să asigure respectarea în emisie a normelor ortografice, ortoepice și morfologice ale limbii literare.

## **Interesul public și respectarea drepturilor omului**

1. În sensul prezentului cod, sunt considerate a fi de interes public justificat orice probleme, fapte sau evenimente locale ori naționale, cu semnificație pentru viața comunității.

2. Radiodifuzorii sunt datori să respecte principiul prezumției nevinovăției și nu vor permite să fie aduse acuzații fără să se ofere posibilitatea celui învinuit să-și exprime punctul de vedere.

3. Orice persoană are dreptul la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului și a corespondenței sale. Radiodifuzorii nu vor difuza informații privind viața privată și de familie a persoanei, fără acordul acesteia, cu excepția întrunirii condițiilor pentru cazurile de interes public justificat. Informațiile privind adresa unei persoane sau a familiei sale și numerele lor de telefon nu pot fi dezvăluite fără permisiunea acestora.



4. Radiodifuzorii sunt datori să țină cont de interesele legitime ale minorilor. Ei vor proteja identitatea minorilor implicați în infracțiuni, ca victime sau ca autori, cu excepția situației în care interesul public cere ca aceștia să fie identificați, sau la solicitarea expresă a părinților sau a reprezentanților lor legali, în vederea protejării interesului superior al minorului.

5. Identitatea victimelor accidentelor, calamităților, infracțiunilor, cu precădere cele ale agresiunilor sexuale, nu trebuie să fie dezvăluită, cu excepția situației în care exista acordul acestora sau când un interes public major prevalează. De același regim beneficiază și persoanele defavorizate (bolnavi, persoane cu dizabilități, refugiați, etc.).

6. Radiodifuzorii sunt datori să nu discrimineze nici o persoană pe motive de rasă, etnie, religie, sex, vârstă, orientare sexuală ori dizabilități și să nu instige la ură și violență atunci când relatează fapte sau își exprimă opiniile.

7. Radiodifuzorii au obligația de a avertiza publicul, în cazul difuzării unor scene de violență sau cu posibil impact emoțional negativ și să evite prezentarea repetată a secvențelor. Imaginile care prezintă execuții, oameni uciși sau voluntari ai morții, indiferent de motivația acestora, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate.

8. În cazurile de răpiri sau deturnări, radiodifuzorii trebuie să se asigure că materialele audiovizuale difuzate nu aduc prejudicii eforturilor depuse pentru soluționarea lor și nu pun în pericol viețile persoanelor în cauză.

9. Orice persoană are dreptul la propria imagine. În cazul în care în emisiunile audiovizuale se aduc acuzații unei persoane privind fapte sau comportamente ilegale ori imorale, acestea trebuie susținute cu dovezi, iar persoanele acuzate au dreptul să intervină pentru a-și exprima punctul de vedere. Dacă acuzațiile sunt aduse de radiodifuzor, acesta este dator să solicite și punctul de vedere al persoanei incriminate.

10. Realizatorii emisiunilor au obligația să nu permită invitațiilor să folosească un limbaj injurios sau să instige la violență împotriva altor persoane. Sunt interzise în programele audiovizuale orice referire peiorativă la adresa persoanelor în vârstă sau cu dizabilități, precum și punerea acestora în situații ridicole ori umilitoare.

11. Orice persoană are dreptul la respectarea intimității în momente dificile, cum ar fi o pierdere ireparabilă sau o nenorocire. În cazul situațiilor de suferință umană, al dezastrelor naturale, accidentelor sau al actelor de violență, radiodifuzorii au obligația de a nu se implica nejustificat în viața privată.

12. Radiodifuzorii nu vor difuza imagini ale persoanei aflate în situația de victimă, fără acordul acesteia și fără acordul familiei în cazul imaginilor persoanei fără discernământ sau decedate. În cazul martorilor la comiterea unei infracțiuni, la solicitarea acestora, difuzarea imaginilor se va realiza cu asigurarea protecției depline a identității lor.

## **Colectarea informației și protecția surselor**

1. Radiodifuzorii vor obține informații în mod deschis, transparent și pe cale legală. În momentul solicitării informației, jurnalistul este dator să se prezinte, să menționeze numele radiodifuzorului pe care îl reprezintă și să înștiințeze persoana informatoare că imprimările audio și/sau video și cuvintele sale pot fi difuzate, exceptând cazurile în care este vorba de colectarea unei informații confidențiale sau inaccesibile pe cale oficială.

2. Radiodifuzorii nu vor difuza imagini și sunete înregistrate cu microfoane și camere de luat vederi ascunse, cu excepția situației în care materialele audiovizuale astfel obținute nu puteau fi realizate în condiții firești, iar conținutul lor prezintă un interes justificat pentru public. Faptul trebuie să fie menționat explicit în momentul difuzării informațiilor.

3. Difuzarea înregistrărilor convorbirilor telefonice sau a corespondenței ajunse în posesia radiodifuzorilor este admisibilă în cazul în care aceasta răspunde unor necesități de siguranță națională, ordine publică sau asigură prevenirea unor fapte penale, probează comiterea unei infracțiuni sau prezintă un interes public justificat.

4. Radiodifuzorii au obligația și dreptul de a păstra confidențialitatea acelor surse care solicită să își păstreze anonimul sau a acelor surse a căror dezvăluire le poate pune în pericol viața, integritatea fizică și psihică, locul de muncă sau alte interese legitime.

5. În cazul prezentării de materiale audiovizuale provenind din surse externe redacției, trebuie să se precizeze acest lucru. Fac excepție materialele audiovizuale provenite de la agențiile de presă.

## **Independența jurnalistului și responsabilitatea radiodifuzorului**

1. În instituțiile audiovizuale trebuie să existe o transparență totală în ceea ce privește proprietatea și managementul mijloacelor de informare, astfel încât cetățenii să cunoască clar identitatea proprietarilor și nivelul de angajare economică a acestora în întreprindere.

2. Radiotelejurnalistul are dreptul la clauza de conștiință. El are libertatea de a refuza orice demers jurnalistic împotriva principiilor eticii jurnalistice sau a propriilor convingeri. Aceasta libertate derivă din obligația jurnalistului de a informa publicul cu bună-credință.

3. Radiotelejurnalistul nu îndeplinește indicații ale autorităților, structurilor sau persoanelor private, ci se subordonează doar conducerii executive a instituției audiovizuale care l-a angajat.

4. Folosirea statutului de radiotelejurnalist pentru a obține beneficii personale sau în favoarea unor terțe părți contravine normelor etice și este inacceptabilă.

5. În exercitarea profesiei și în relațiile pe care le întreține cu autoritățile publice, partidele politice, organizațiile societății civile, sau cu diverse societăți comerciale, radiotelejurnalistului îi sunt interzise înțelegeri care ar putea afecta imparțialitatea sau independența sa.

6. Radiotelejurnalistul nu va accepta cadouri în bani sau în natură, tratamente speciale sau orice alte avantaje ori privilegii care pot compromite integritatea sa și imaginea radiodifuzorului.

7. Radiotelejurnalistul va evita să se aplece într-o situație de conflict de interese. Se recomandă separarea activităților editoriale de cele politice și economice. Pentru a evita conflictele de interese, se recomandă ca jurnalistul să nu fie membru al vreunui partid politic și să nu fie angajat ca informator sau ofițer acoperit al serviciilor secrete, pe perioada exercitării profesiei.

8. Radiotelejurnalistul este în drept de a fi apărat de către instituția audiovizuală unde își exercită profesia, precum și de către asociația profesională ori sindicală

care îi reprezintă interesele împotriva oricărei presiuni exercitate contra sa, de natură să determine o încălcare a conduitei profesionale prevăzute de prezentul Cod.

## **Relațiile dintre radiodifuzori**

1. În relațiile cotidiene radiodifuzorii trebuie să mențină un echilibru între concurența onestă și solidaritatea profesională.

2. Radiodifuzorii nu vor crea obstacole colegilor lor în recepționarea informației și nu-i vor induce intenționat pe aceștia în eroare.

3. Radiodifuzorii nu trebuie să-și regleze conturile prin intermediul unelora. O astfel de conduită aduce prejudicii nu numai lor, dar și profesiei în ansamblu.

4. Plagiatul este una dintre cele mai mari și serioase abateri de la deontologia profesională.

5. Radiodifuzorul este dator să indice sursa primară de informație în cazul în care folosește date utilizate în opera altui autor, chiar dacă nu a citat, ci doar a adaptat textul acestuia.

6. Radiotelejurnalistul nu trebuie să conlucreze cu radiodifuzorii care au o atitudine tolerantă față de încălcarea principiilor jurnalismului onest și concurenței loiale.

7. Radiotelejurnalistul nu trebuie să propună lucrările sale altui radiodifuzor (organizație media) fără permisiunea conducerii redacției.

8. Dacă un jurnalist, care activează în regimul „freelance”, propune materialele sale mai multor radiodifuzori (organizație media), el trebuie să comunice acest lucru reprezentantului următorului radiodifuzor la care s-a adresat.

9. Radiodifuzorii pot dovedi loialitate și solidaritate unii față de alții în orice împrejurare, cât și spirit de întraajutorare colegială în realizarea îndatoririlor profesionale.

10. Radiotelejurnalistul trebuie să păstreze confidențialitatea informației despre radiodifuzor, dacă acest lucru nu încalcă prevederile legii și prezentului Cod de conduită.



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 21

din 26.02.2008

#### cu privire la accesul persoanelor cu deficiențe de auz (surde) la emisiunile TV

Publicat : 21.03.2008 în Monitorul Oficial Nr. 57-60 art Nr : 148

La sesizarea mai multor reprezentanți ai asociațiilor persoanelor cu deficiențe de auz (surde) asupra faptului că nu li se respectă dreptul la informare, CCA, în temeiul Art. 13 (4), 37 (1), (3) ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, a monitorizat emisiunile de importanță majoră și de actualități ale posturilor “Pro TV Chișinău” (6, 9 februarie), “N4” (12 februarie), “NIT” (6, 9 februarie), “Moldova 1” (7, 9 februarie), “Euro-TV Chișinău” (9, 11 februarie), “TVC 21” (28 ianuarie) și “TV 7” (14, 18 februarie).

Rezultatele au atestat că postul de televiziune “Pro TV Chișinău”, în perioada respectivă, nu a difuzat emisiuni de importanță majoră. Actualităților (emisie proprie) le-au revenit 1 oră 6 min. 58 sec. (6 februarie) și 27 min. 50 sec. (9 februarie). Interpretări în limbajul mimico-gestual nu au fost;

“N 4” nu a avut emisiuni de importanță majoră. Actualităților (“Obiectiv”) le-au revenit 51 min. 20 sec. și nu au fost interpretate în limbajul mimico-gestual;

“NIT” nu a difuzat emisiuni de importanță majoră. Actualităților (emisie proprie) le-au revenit 1 oră 36 min. 25 sec. (6 februarie) și 58 min.15 sec. (9 februarie). Interpretări în limbajul mimico-gestual nu au fost efectuate;

“Moldova 1”, la 7 februarie, a difuzat emisiuni informative în volum total de 2 ore 17 min 50 sec., dintre care 11 min. au fost interpretate în limbajul mimico-gestual (buletinul de știri de la 16.00). La 9 februarie au fost difuzate 2 ore 03 min. 04 sec. de emisiuni informative, dintre care 21 min. 30 sec. au fost interpretate în limbajul mimico-gestual (buletinele de știri de la orele 12.00 și 15.00);

“Euro-TV Chişinău” nu a difuzat emisiuni de importanță majoră. Actualităților le-au revenit, în total, 1 oră 38 min. Interpretări în limbajul mimico-gestual nu au fost efectuate; “TVC 21” nu a difuzat emisiuni de importanță majoră. Actualităților (“Știri 21”) le-au revenit 32 min. 20 sec. Interpretări în limbajul mimico-gestual nu au avut loc;

“TV 7” nu a difuzat emisiuni de importanță majoră. Actualităților (emisie proprie) le-au revenit 2 ore 30 min. 04 sec. (14 februarie) și 1 oră 49 min. 30 sec. (18 februarie). Interpretări în limbajul mimico-gestual nu au fost efectuate.

Așadar, majoritatea posturilor TV încalcă dreptul la informare a persoanelor cu deficiențe de auz prin neinterpretarea în limbajul mimico-gestual a emisiunilor televizate de importanță majoră și de actualități.

În temeiul celor constatate și în conformitate cu Art. 13 (1), (4), 37 (1), (3), 40 (3) ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, Statutul CCA aprobat prin Hotărîrea nr. 433-XVI din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, Consiliul Coordonator al Audiovizualului

## DECIDE:

**Art. 1.** Posturile TV, aflate sub jurisdicția Republicii Moldova, începînd cu 1 mai curent, vor interpreta în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron cel puțin un buletin de știri din timpul zilnic de emisie.

**Art. 2.** Posturile TV, aflate sub jurisdicția Republicii Moldova, începînd cu 1 mai curent, vor interpreta în limbajul mimico-gestual sau prin titrare sincron emisiunile de importanță majoră în întregime ori rezumatele acestora.

**Art. 3.** Prezenta Decizie se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

**Art. 4.** Controlul asupra executării prezentei Decizii îl exercită Direcția monitorizare.

PREȘEDINTELE CONSILIULUI  
COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

Gheorghe GORINCIOI

Secretar

Constantin BÎRCĂ

Nr. 21. Chişinău, 26 februarie 2008.



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 96

din 17.10.2008

#### **despre obligația radiodifuzorilor și distribuitorilor de servicii privind informarea publicului asupra sancțiunilor aplicate de Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

Publicat : 14.11.2008 în Monitorul Oficial Nr. 204-205 art Nr : 618

Luînd în considerație calitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului de reprezentant și garant al interesului public în domeniul audiovizualului și de unica autoritate de reglementare în domeniu, obligația de a asigura transparența mijloacelor mass-media electronice și transparența activității sale, obligația radiodifuzorilor de a informa obiectiv consumatorul de programe prin prezentarea corectă a faptelor și a evenimentelor, în temeiul prevederilor Art. 10, 39, 40, 41 ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, Consiliul Coordonator al Audiovizualului

#### **DECIDE:**

**Art. 1.** (1) Radiodifuzorul sau distribuitorul de servicii căruia Consiliul Coordonator al Audiovizualului i-a aplicat o sancțiune se obligă să comunice publicului motivele și obiectul sancțiunii, în formula care se va conține în textul deciziei respective.

(2) Extrasul din decizia de sancționare privind motivele și obiectul sancționării, ce urmează a fi comunicată publicului, se înmînează/expediază radiodifuzorului/distribuitorului de servicii în cel mult trei zile din data aprobării deciziei.

(3) În cazul serviciilor de programe TV, textul sancțiunii va fi difuzat în următoarele 24 de ore din data primirii extrasului din decizie, sonor și vizual, de cel puțin 3 ori, în intervalul orar 18.00-23.00, din care o dată în principala emisiune de știri.

(4) În cazul serviciilor de programe radio, textul sancțiunii va fi difuzat în următoarele 24 de ore din data primirii extrasului din decizie, de cel puțin 3 ori, în intervalul orar 6.00-13.00, din care o dată în principala emisiune de știri.

(5) Distribuitorul de servicii sancționat se obligă de a difuza textul sancțiunii aplicate de CCA, în mod continuu, timp de 3 zile, pe fiecare din canalele care au constituit obiectul sancțiunii. Textul sancțiunii va fi difuzat din momentul primirii extrasului din decizie.

**Art. 2.** (1) Pentru serviciile de programe TV sau radio care, în intervalele orare fixate în Art. 1, retransmit un alt serviciu de programe, modalitatea de difuzare va fi stabilită prin decizia de sancționare.

(2) Distribuitorul de servicii care are și calitatea de radiodifuzor se va supune aceluiași reguli prevăzute în prezenta Decizie.

**Art. 3.** Textul privind motivele și obiectul sancționării, în formula CCA, nu poate fi difuzat în blocurile de publicitate.

**Art. 4.** Nerespectarea prezentei Decizii se sancționează potrivit prevederilor Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006.

**Art. 5.** Prezenta Decizie se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și se plasează pe pagina web a Consiliului Coordonator al Audiovizualului.

**Art. 6.** Decizia CCA nr. 14 din 22 ianuarie 2007 se abrogă.

**Art. 7.** Controlul asupra executării prezentei Decizii îl exercită Direcția monitorizare și consilierul-jurist al CCA.

PREȘEDINTELE CONSILIULUI  
COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

Gheorghe GORINCIOI

Secretar

Constantin Bîrcă

Nr. 96. Chișinău, 17 octombrie 2008.



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 133

din 23.12.2009

### cu privire la difuzarea spoturilor publicitare ale produselor alcoolice în serviciile de programe radio și TV

Publicat : 23.03.2012 în Monitorul Oficial Nr. 54-59 art Nr : 313

*MODIFICAT*

*DCCA28 din 18.03.10, MO50/07.04.10 art.198*

Potrivit unor date statistice ale Ministerului Sănătății, „cantitatea de alcool pur consumată pe cap de locuitor a atins cifra de 10-12 litri, anual. Respectiv, această situație a sporit majorarea mortalității generale a populației, a influențat negativ asupra situației demografice din teritoriu, a sporit violența și agresivitatea familială, suicidele etc. Actual, în Republica Moldova se înregistrează circa 48 000 persoane afectate de alcoolism cronic. Cu regret, majoritatea lor se depistează tardiv cu afecțiuni somato-neurologice grave, psihoze alcoolice etc.”

Conform studiului „Consumul și abuzul de alcool în Republica Moldova: *evaluarea situației și impactului*”, efectuat în anul 2008 de către Centrul Analitic Independent „Expert Grup” cu suportul Institutului pentru o Societate Deschisă (Budapesta), “deosebit de mari sînt costurile sociale și economice ale consumului de alcool pe care le implică accidentele cauzate de conducerea automobilului în stare de ebrietate. Circa 13% din accidentele rutiere se produc anume din cauza consumului de alcool la volan. În 2000-2007 circa 440 de persoane au decedat în Moldova în accidente rutiere cauzate de consumul de alcool, iar 3074 de persoane au fost traumatizate. Alte 488 de persoane au fost victime ale cazurilor de omor în care a fost implicat consumul de alcool, iar 788 de persoane au suferit de pe urma vătămării fizice intenționate în cazuri în care a fost implicat consumul de alcool.

Consumul abuziv de alcool se răsfrînge negativ și asupra altor membri ai familiei.



Conform sondajului, 53% din cei care abuzează sînt c s toriti  i majoritatea au copii sub v rsta majoratului. Consumul de alcool la p rini  i se r sfr nge negativ asupra reușitei școlare a acestor copii si mărește riscul ca  i aceștia să consume excesiv.”

Analiza efectuată demonstrează că în ultima perioadă în cadrul serviciului de programe al radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova s-a înregistrat o creștere a volumului publicității la băuturile alcoolice. Acest lucru a fost atestat  i în rezultatele monitorizării publicității produselor alcoolice, efectuate în perioada 11 noiembrie – 11 decembrie 2009, în cadrul serviciului de programe al următorilor radiodifuzori: Radio „Noroc”, Radio „Plai”, Radio „Poli Disc – Русское Радио”, „Radio 7/Радио7”, „Hit FM”, „Retro FM”, „Vzrosloe radio Shanson”, „Europa plus Moldova”, Radio „Nova”, „Fresh Fm”, „Autoradio”, „Prime”, „2 plus”, „NIT”, „TV 7”  i „Pro TV Chișn u”.

Rezultatele monitorizării au atestat următoarele:

1. At t în cadrul serviciilor de programe TV, c t  i în cel al serviciilor de programe radio, majoritatea spoturilor publicitare ale băuturilor alcoolice sînt plasate în orele de maximă audiență:

Nr.	Denumirea postului	Denumirea produsului	Data difuzării	Ora difuzării
1	Radio „Noroc”	Vodca „Cinzeac”	11.11.09	08:23; 09:21
		Vodca „Spicușor”	03.12.09	08:41; 09:40; 13:42; 21:38
2	Radio „Poli Disc – Русское Радио”	Vodca „Cinzeac”	30.11.09	08:19
		Vodca „Spicușor”	03.12.09	09:22; 10:20; 13:22; 17:19; 19:22
		Vodca „Zernoff”	03.12.09	10:51; 13:53 20:54
3	„2 Plus”	Vodca „Zernoff”	26.11.09	09:20; 09:43; 17:47; 22:42; 23:33
4	„Prime”	Bere „Baltica”	24.11.09	08:06; 08:37; 09:20; 10:25; 18:18
		Vodca „Zernoff”		08:36; 21:31
5	Radio „Plai”	Vodca „Gospodar”	27.11.09	19:21
6	„Radio 7/Радио7”	Vodca „Георгиевская. Русский дух”	27.11.09	13:47
7	„Hit FM”	Vodca „Хортица”	30.11.09	10:18
8	„Retro FM”	Vodca „Хортица”	30.11.09	16:41
9	„THT Bravo”	Vodca „Gospodar”	09.12.09	22:13; 23:06

2. Au fost atestate cazuri în care mărcile comerciale ale băuturilor alcoolice apar în calitate de sponsori ai emisiunilor și rubricilor din cadrul serviciilor de programe ale unor posturi de radio:

- Rubrica „Meteo” difuzată de postul „Radio Poli Disc – Русское Радио” la data de 2 și 3 decembrie curent a fost sponsorizată de Compania moldo-engleză „Zernoff”;

- Concursul organizat de „Vzrosloe radio Shanson” din 1 decembrie curent a fost sponsorizat de Marca Comercială „Spicul de Aur”, cu ocazia împlinirii a 15 ani de activitate a acesteia pe piața din Republica Moldova. Radioascultătorilor li se propunea să răspundă corect la un șir de întrebări în schimbul unui premiu din partea sponsorului Marca Comercială „Spicul de Aur”.

3. S-a depistat că unii radiodifuzori au difuzat spoturi publicitare ale băuturilor alcoolice cu încălcarea prevederilor legislației în vigoare, care se referă la condițiile de difuzare a publicității acestor produse:

- Spotul publicitar pentru votca „Cinzeac”, difuzat de posturile de radio „Noroc” (11.11.09/08:23; 09:21) și „Radio Poli Disc – Русское Радио” (30.11.09/08:19) cu următorul conținut: „*Acasă cinzeac, la masă cinzeac, la chef cinzeac și în pat. Fii bărbat adevărat cu votka „Cinzeac”, contravine prevederilor art. 19 (11) lit. c) al Codului audiovizualului, care prevede că „Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele condiții: ... să nu sugereze că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale ori sexuale.”*

- Spotul publicitar pentru votca „Spicușor”, difuzat de postul de radio „Noroc” la 3 decembrie curent (08:41; 09:40; 13:42; 21:38) cu următorul conținut: „*Cea mai populară votcă „Spicușor” lansează o nouă promoție. Găsește fisa și câștigă bani. Fiecare are șansa să câștige premii în valoare de un milion de lei. Spicușor, plin de suflet, plin de premii”, contravine prevederilor art. 19 (11) lit. c) și e) al Codului audiovizualului, care prevede că „Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele condiții: ... să nu sugereze că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale” și „să nu încurajeze consumul exagerat de alcool.”*

- Spotul publicitar pentru votca „Gospodar”, difuzat de postul de radio „Plai” la 27 noiembrie curent (19:21) cu următorul conținut: „*Marca populară Gospodar prezintă noul gust fin și anunță promoția gospodarul anului adună din fise promo cuvântul „gospodar” și câștigă marele premiu un tractor adevărat, găsește fisa câștigătoare cu imaginea 1000 euro și câștigă unul din cele 10 premii a câte 1000 euro, 50 premii de 100 euro și 10 mii premii de valoare găsește, adună și câștigă”, de asemenea contravine prevederilor art. 19 (11) lit. c) și e) al Codului audiovizualului.*

- Spotul publicitar pentru votca „Gospodar”, difuzat de canalul de televiziune TNT (Bravo) la 09.12.2009 (22:13; 23:06), contravine prevederilor art. 19 (6) g) („Publicitatea, inclusiv publicitatea autopromoțională, și teleshopping-ul trebuie... să nu stimuleze comportamente indecente sau imorale” și 19 (11) c) și e) din Codul audiovizualului („Publicitatea și teleshopping-ul pentru băuturi alcoolice trebuie să respecte următoarele condiții: ... să nu sugereze că prin consumul de alcool se pot obține performanțe sociale” și „să nu încurajeze consumul exagerat de alcool.”).

4. Posturile de radio „Europa plus Moldova”, Radio „Nova”, „Fresh Fm”, „Autoradio”

și posturile de televiziune „NIT”, „TV 7” și „Pro TV Chișinău” nu au difuzat spoturi publicitare ale băuturilor alcoolice.

În temeiul celor constatate și ținând cont de faptul că din statisticile date publicității de instituțiile publice și private rezultă atât o creștere a consumului de alcool, cât și a publicității la băuturi alcoolice, luând în considerare efectele nocive ale consumului de alcool asupra minorilor, în special, dar și asupra societății, în general, și faptul că aceasta este o problemă de interes public, având în vedere obligațiile Consiliului Coordonator al Audiovizualului de a proteja, în domeniul serviciilor de programe audiovizuale, dezvoltarea fizică, mentală și morală a minorilor, în conformitate cu art. 37, 38, 40 ale Codului audiovizualului nr.260-XVI din 27.07.2006, Statutul CCA, Regulamentul cu privire la procedura și condițiile de eliberare a licențelor de emisie și a autorizațiilor de retransmisie, aprobate prin Hotărârea nr. 433-XVI din 28.12.2006 a Parlamentului Republicii Moldova, Consiliul Coordonator al Audiovizualului

### DECIDE:

**Art. 1.** Pentru derogări de la prevederile art. 19 (11) lit. c) și e) al Codului audiovizualului și p. 3.1 lit a) din condițiile la licența de emisie seria AA, nr. 073760 din 13.10.2009, în conformitate cu art. 38 alin. (2), lit. b, h, art. 38 alin. (3) al Codului, întreprinderii „Music-Master” SRL, titulara licenței de emisie pentru postul de radio „Noroc” i se aplică **avertizare publică**.

**Art. 2.** Pentru derogări de la prevederile art. 19 (11) lit. c) și e) al Codului audiovizualului și p. 3.1 lit a) din condițiile la licența de emisie seria AA, nr. 073648 din 13.03.2009, în conformitate cu art. 38 alin. (2), lit. b, h, art. 38 alin. (3) ale Codului, întreprinderii „EUROSHOW GRUP” SRL, titulara licenței de emisie pentru postul de radio „Plai” i se aplică **avertizare publică**.

**Art. 3.** Pentru derogări de la prevederile art. 19 (11) lit. c) al Codului audiovizualului și p. 3.1 lit a) din condițiile la licența de emisie seria A MMII, nr. 014593 din 13.02.2007, în conformitate cu art. 38 alin. (2), lit. b, h, art. 38 alin. (3) ale Codului, întreprinderii S.C.P. „Radio Poli Disc” SRL, titulara licenței de emisie pentru postul de radio „Radio Poli Disc–Русское Радио” i se aplică **avertizare publică**.

**Art. 4.** Pentru derogări de la prevederile art. 19 (11) lit. c), e) și art. 19 (6) lit. g) ale Codului audiovizualului și p. 3.1 lit a) din condițiile la licența de emisie seria AB, nr. 000016 din 24.04.2007, în conformitate cu art. 38 alin. (2), lit. b, h, art. 38 alin. (3) ale Codului, întreprinderii SC „EMH-GARANT-SISTEM” SRL, titulara licenței de emisie pentru canalul propriu de televiziune „Bravo” i se aplică **avertizare publică**.

**Art. 5.** În conformitate cu prevederile Deciziei CCA nr. 96 din 17 octombrie 2008, instituțiile audiovizuale nominalizate vor comunica publicului motivele și obiectul sancțiunii, în formula legislației în vigoare.

**Art. 6.** Conducătorii instituțiilor audiovizuale nominalizate vor prezenta, în termen de 15 zile, un raport despre măsurile întreprinse în vederea lichidării încălcărilor comise.

*[Art.7 abrogat prin DCCA28 din 18.03.10, MO50/07.04.10 art.198]*

**Art. 8.** Este interzisă difuzarea de spoturi publicitare la alcool, în care apar minorii.

**Art. 9.** Este interzisă difuzarea anunțurilor promoționale și a concursurilor care conțin referiri la numele sau la marca unei băuturi alcoolice; în cadrul concursurilor nu se pot oferi premii sponsorizate de firme producătoare de astfel de băuturi.

**Art. 10.** Transmisiile/retransmisiile sportive sponsorizate de producătorii de băuturi alcoolice pot fi difuzate numai în intervalul orar 22:00 – 6:00.

**Art. 11.** Este interzisă difuzarea de publicitate la băuturi alcoolice, prin care se promovează comportamente sau atitudini violente, agresive ori antisociale.

**Art. 12.** Spoturile publicitare ale băuturilor alcoolice se vor încheia cu avertismentul sonor și vizual: „Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății” (avertismentul în cauză trebuie să fie ușor recepționat).

**Art. 13.** Controlul asupra executării prezentei Decizii îl exercită Direcția monitorizare.

**Art. 14.** Prezenta Decizie se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE CONSILIULUI  
COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

Secretar

Gheorghe GORINCIOI

Constantin Bârcă

Nr. 133. Chișinău, 23 decembrie 2009.



Republica Moldova

## **CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI**

### **DECIZIE Nr. 129**

din 29.10.2010

#### **cu privire la noua metodologie de monitorizare a serviciilor de programe ale radiodifuzorilor**

Publicat : 23.03.2012 în Monitorul Oficial Nr. 54-59 art Nr : 313

În conformitate cu Programul comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei, în cadrul „Programului de Susținere a Democrației în Republica Moldova”, planificat pe Componenta – Sprijin pentru dezvoltarea mass-media pluraliste, standardele Consiliului Europei și prevederile legislației Republicii Moldova, a fost elaborată o nouă metodologie de monitorizare a serviciilor de programe ale radiodifuzorilor (autori - Richard Carver, Media Oxford Research, Marea Britanie, și Marek Mracka, organizația obștească de monitorizare a mass-media din Slovacia- „Memo 98”).

În perioada 1-5 septembrie 2010, în cadrul aceluiași program, s-a desfășurat un training și o „masă rotundă” cu genericul “Monitorizarea serviciului de programe al radiodifuzorilor: metode și tehnici”, la care au participat reprezentanți ai societății civile, experți în mass-media și radiodifuzori care și-au expus opiniile și sugestiile pe marginea implementării în practică a noii metodologii nominalizate, iar la 21-22 octombrie curent, în cadrul seminarului „Calitatea programelor de știri și actualități: asigurarea pluralismului de opinii și a echilibrului politico-social”, organizat de CCA în parteneriat cu Asociația Presei Electronice și Fundația „Soros-Moldova”, s-a elaborat o fișă comună de monitorizare a pluralismului politic și a pluralismului de opinii, în special în perioada campaniei electorale.

Proiectul noii metodologii de monitorizare a fost prezentat anterior în cadrul ședinței publice a CCA, plasat pe pagina web pentru opinii și sugestii.

În rezultatul celor expuse și a dezbaterilor publice, în conformitate cu prevederile Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, Statutului CCA, aprobat prin

**DECIDE:**

**Art. 1.** Se aprobă noua “Metodologie de monitorizare a serviciilor de programe audiovizuale: metode și tehnici”, elaborată de către experții europeni în cadrul Programului Comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei „Programul de susținere a Democrației în Republica Moldova”.

**Art. 2.** Prezenta decizie se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE  
CONSILIULUI COORDONATOR  
AL AUDIOVIZUALULUI

Gheorghe Gorincioi

Secretar

Constantin Bîrcă

Nr. 129. Chișinău, 29 octombrie 2010.



**PROGRAMUL COMUN AL CONSILIULUI EUROPEI  
ȘI UNIUNII EUROPENE  
PROGRAMUL PRIVIND SUSȚINEREA DEMOCRAȚIEI  
ÎN MOLDOVA**

**MONITORIZAREA RADIODIFUZORILOR NAȚIONALI:  
METODE ȘI TEHNICI**

Marek Mracka (MEMO 98)

Richard Carver (Oxford Brookes University/Oxford Media Research)

Bratislava și Oxford  
August 2010

## **CUPRINS**

1. INTRODUCERE

2. PUBLICITATE

3. PLURALISM SOCIAL ȘI ECHILIBRU

4. PLURALISM POLITIC ȘI ALEGERI

5. O ALTĂ ABORDARE: MONITORIZAREA AUDIENȚEI

6. CONCLUZIE

ANEXĂ



## 1. INTRODUCERE

Acest document prezintă o metodologie de monitorizare a mass media electronice din Moldova în vederea respectării diferitor obligații juridice, în special Constituția Republicii Moldova, Codul Audiovizualului, Convenția Europeană privind Televiziunea Transfrontalieră, Legea cu privire la publicitate, precum și diferitele decizii ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului. Pentru a fi mai exact, documentul, de fapt, prezintă diferite metodologii, din moment ce diferite obligații juridice ale radiodifuzorilor necesită diferite tipuri de monitorizare.

Acest document este destinat utilizării atât de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului, în monitorizarea modului în care radiodifuzorii se conformează obligațiilor legale ale acestora și condițiilor licențelor de difuzare, precum și de către TeleRadio Moldova, radiodifuzorul public, în ce privește monitorizarea internă atât a conformării legale, cât și a pluralismului, echilibrului și calității programelor sale.

Metodologiile descrise în acest document nu presupun utilizarea nici unui software special pentru stocarea și analizarea datelor colectate. Autorii acestui document au fost inițiați în software-ul creat de CCA pentru monitorizarea curentă și cred că acesta ar putea fi adaptat pentru a îndeplini cerințele metodologiilor de monitorizare prevăzute aici. Cu toate acestea, acest software și bază de date nu sunt disponibile în prezent pentru secția de monitorizare a TRM. Metodologiile descrise aici ar putea fi, de asemenea, utilizate împreună cu software-ul disponibil pe larg bazat pe foi de date și bază de date (cum ar fi Microsoft Excel sau Access), cu o analiză mai sofisticată efectuată prin intermediul unui pachet statistic de specialitate, în caz de necesitate. Trebuie remarcat faptul că ambii autori ai acestui document au o experiență îndelungată de monitorizare a mass-media, în diferite contexte, utilizând software disponibil pe scară largă.

Metodologiile de monitorizare a mass-media sunt divizate în mod convențional în cantitative și calitative. Monitorizarea cantitativă a mass-media - cunoscută în termeni academici ca, analiza conținutului - identifică măsuri sau indicatori numerici care pot fi numărați și analizați. Monitorizarea cantitativa a mass-media este utilizată pentru a evalua performanța mass-media față de alte măsuri, cum ar fi standardele etice sau profesionale, care nu pot fi ușor cuantificate.<sup>1</sup>

Cel mai evident, monitorizarea cantitativă poate fi folosită pentru a măsura conformarea la standarde, care sunt și ele însele cantitative. De exemplu, cerința legală că publicitatea nu poate depăși 15% din timpul de emisie pe parcursul a 24 de ore este un standard cantitativ. Conformitatea poate fi evaluată doar prin măsurarea volumului de publicitate și împărțită la timpul total de difuzare. Există un număr de alte cerințe legale referitoare la publicitate și producția autohtonă ce sunt de acest tip.

Monitorizarea cantitativă sporită identifică *indicatori* care pot determina dacă radiodifuzorii respectă sau nu alte obligații legale. Astfel, de exemplu, cerința ca radiodi-

---

1 Vezi, pentru exemplu, Klaus Bruhn Jensen (ed), *A Handbook of Media and Communication Research*, Londra 2002.

fuzorii să respecte pluralismul politic poate fi măsurată prin calcularea timpilor de antenă acordați diferitor figuri politice. Pluralismul social ar putea fi măsurat prin numărarea frecvenței cu care reprezentanți ai diverselor grupuri sociale beneficiază de timp de antenă sau cât de des sunt discutate diferite probleme sociale. Metodele de efectuare a unei astfel de monitorizări se conțin în acest document.

Monitorizarea calitativă abordează aspecte ale producției difuzate care nu poate fi măsurată cantitativ. De exemplu, monitorizarea cantitativă poate determina dacă publicitatea pentru băuturi alcoolice a fost difuzată înainte de pragul legal admis de 22:00. Ceea ce nu poate face este să determine dacă o anumită publicitate „[prezintă abținerea sau consumul moderat de băuturi alcoolice într-o lumină negativă”<sup>2</sup>. Monitorizarea calitativă poate fi deschisă unor critici, adică este „subiectivă” – rezultatul depinde de opinia operatorului. Monitorizarea calitativă este ancorată în anumite standarde legale sau etice. Ea nu poate fi pur și simplu o expresie a ceea ce-i place sau nu-i place operatorului. În acest document vom da câteva exemple despre modul în care monitorizarea calitativă pot fi efectuată într-un mod coerent și științific.

O altă abordare calitativă utilă, discutată în acest document este cercetarea reacției audienței la produsul difuzat. Aceasta poate fi sub forma unor focus grupuri, în care audiența discută despre cum percep și înțeleg ceea ce este difuzat. Acest lucru poate fi de ajutor pentru radiodifuzori pentru interpretarea modului în care este recepționată activitatea acestora și pentru operatori în formularea indicatorilor pentru monitorizarea calitativă.

## Introducere în metodologia de monitorizare

Pentru monitorizarea cantitativă va fi necesar de identificat *unitatea de analiză*<sup>3</sup>. Aceasta se referă la diferite blocuri de timp de emisie, care vor fi monitorizate, măsurate și atribuite diferite coduri. Unitatea de analiză va varia în funcție de ce fel de monitorizare este desfășurată. Pentru publicitate, de exemplu, unitatea de analiză este fiecare publicitate. Pentru monitorizarea știrilor de orice gen, unitatea de analiză este *subiectul* sau conținutul știrii. Pentru monitorizarea difuzării aspectelor politice în timpul alegerilor, acesta va fi timpul când fiecare figură politică este menționată sau vorbește în direct.

Cu toate acestea, va fi de asemenea important de a monitoriza unitatea de analiză în raport cu *unitatea de context*. Acest lucru va varia în funcție de ceea ce este monitorizat. Pentru publicitate, unitatea de context este *ora și ziua* (sau 24 de ore), deoarece există prevederi legale cu privire la volumul de publicitate care poate fi difuzat la fiecare oră și fiecare zi. Pentru subiectul știrii, unitatea de context este buletinul, deoarece va fi important să se cunoască ordinea în care sunt difuzate subiectele în buletin.

În general există trei tipuri diferite de monitorizare ce urmează a fi efectuată. În primul rând, există monitorizarea obligațiilor legale cantitativă, cum ar fi cele aferente

---

<sup>2</sup> Codul Audiovizualului, Articolul 19(11)(e).

<sup>3</sup> În baza de date a CCA, unitatea de analiză va fi captată în calitate de “secvență”

publicității și de conținut local (producție proprie), în cazul în care unicul scop al monitorizării este de a determina dacă radiodifuzorul se conformează sau nu prevederilor. Acest document nu abordează aceste aspecte în detaliu deoarece nu este solicitată nici o „metodologie „, dincolo de practica deja creată de Direcția monitorizare a CCA.

În al doilea rând, există o monitorizare a prevederilor legale care în mod inerent nu pot fi cuantificate. Un bun exemplu în acest sens sunt articolele din Constituție și Codul Audiovizualului cu privire la „discursul instigator” și defăimare. Acestea sunt extrem de importante, însă potențial supuse unui argument juridic complex. Proceusul de monitorizare nu poate face mai mult decât să identifice subiectul de difuzate care *ar putea* încălca aceste dispoziții.

În al treilea rând, există o gamă largă de probleme în care monitorizarea va ajuta CCA, TRM și radiodifuzorii să înțeleagă cât de bine îndeplinesc obligațiile legale. În această monitorizare, funcția unei metodologii este de a identifica acei indicatori care fac posibilă determinarea, de exemplu, dacă un radiodifuzor își îndeplinește obligațiile de a respecta pluralismul social și politic sau obligația de a nu difuza programe care sunt dăunătoare minorilor din punct de vedere moral.

Acest document se concentrează în principal pe al treilea domeniu, deși există unele discuții de monitorizare calitativă în legătură cu „discursul instigator” și defăimare, precum și unele aspecte de reflectare a alegerilor.

## Indicatori

Indicatorii de monitorizare a mass-media (ca și în orice cercetare socială științifică) trebuie să îndeplinească două criterii importante. Aceștia trebuie să fie *fiabili* și *întemeiați*.

- *Fiabili* înseamnă că aceștia pot fi identificați în mod constant de către orice operator instruit. Prin urmare, atribuirea fiecărui cod, ar genera întotdeauna același rezultat indiferent de cine o face. Acest lucru este realizat în primul rând prin selectarea indicatorilor, care sunt verificabili în mod obiectiv - aceștia nu sunt rezultatul opiniei subiective sau preferinței operatorului. Indicatorii de timp sunt în mod clar obiectivi, la fel cum sunt listele pre-determinate de coduri care identifica subiecte diferite sau diferite tipuri de persoane care apar în emisiune. Coerența este realizată prin instruire și practică temeinică.
- *Întemeiați* înseamnă că indicatorii selectați de fapt arată ceea ce trebuie să arate. Indicatorii trebuie să fie selectați pentru un scop clar și nu trebuie interpretați să arate mai mult decât indică în realitate. De exemplu, calculul numărului de câte ori sunt citate femeile în calitate de sursă nu indică în mod necesar faptul că mass-media este părtinitoare în materie de gen? În cazul în care vocile femeilor sunt raportate sub nivel există mai multe explicații ale acestui lucru. Ar putea fi mass-media părtinitoare, însă ar putea fi de asemenea faptul că instituțiile guvernului, partidele politice și agenții economici nu aleg femeile pentru a-i reprezenta.

Indicatorii obișnuiți care în general sunt folosiți în metodologiile de monitorizare descrise aici sunt sursele de informare identificate în emisiuni, subiecte reflectate și desigur, timpul alocat diferitor subiecte și vorbitori. Atunci când este desfășurată o investigație mai complexă ar putea fi necesar de a identifica alți indicatori. Diversele exemple sunt discutate mai jos.

Analiza statistică a acestor indicatori nu este foarte complexă. Datele colectate sunt mai degrabă *descriptive*, decât *inferențiale*. Aceasta înseamnă că analiza se referă numai la emisiunile reale care au fost monitorizate și nu încearcă să prezică caracteristicile altor emisiuni care nu au fost monitorizate (prin tehnici cum ar fi analiza regresională). Principalele tehnici analitice utilizate sunt *agregarea* și de *tabelarea încrucișată*. Agregarea constă pur și simplu în adăugarea (și compararea) datelor, cum ar fi volumul timpului de emisie direct și indirect acordat figurilor politice. Tabelarea încrucișată sau variabile de trecere, care este ușor de efectuat chiar și cu foi de calcul, compară distribuția frecvenței unei variabile într-o altă variabilă pentru a verifica gradul de asociere a acestora. În modul cel mai simplu, acest lucru ar arăta, de exemplu, dacă o figură politică a fost mai des citată de un radiodifuzor decât de altul. O analiză mai complexă ar putea arăta asocierea dintre subiectele raportate de către mass-media și sursele pe care le folosesc, sau care tipuri de băuturi alcoolice au o probabilitate mai mare de a fi demonstrate în publicitatea destinată tinerilor. Posibilitățile pentru variabilele de trecere sunt mari. În acest document oferim câteva dintre exemplele cele mai importante, însă metodele pe care le propunem vor deschide posibilitatea de analiză ulterioară de acest gen.

## 2. PUBLICITATEA

Monitorizarea publicității are două forme. În primul rând, problema este pur și simplu de a determina dacă radiodifuzorii se conformează cerințelor legislației referitoare la procentajul de timp pe oră și pe zi alocat publicității și dacă aceștia difuzează spoturi publicitare pentru produse interzise (cum ar fi articole de tungerie) sau în afara orelor specificate (cum ar fi pentru băuturile alcoolice).

Cu toate acestea, a doua formă de monitorizare a publicității necesită o metodă mai flexibilă. Acest lucru se referă la o varietate de prevederi legale care reglementează conținutul publicității. Ar putea fi foarte dificil, de exemplu, de a determina cu certitudine dacă publicitatea stimulează „comportamente imorale sau indecente” (Codul Audiovizualului, articolul 19 alineatul (6)), sau dacă publicitatea pentru produsele alcoolice este „adresată minorilor” (Codul Audiovizualului, articolul 19 (11) litera (a)).

Abordarea prezentă a unității de monitorizare din cadrul CCA este doar identificarea oricărei publicități care pare să încalce orice prevedere din Codul Audiovizualului sau Legea cu privire la publicitate. În timp ce aceasta este o bună abordare de bază, ea ar putea fi completată prin monitorizarea periodică a unor aspecte specifice sau tipuri de publicitate.

Ceea ce urmează este un exemplu al modului în care aceasta ar putea fi realizat, abordând problema specifică a publicității pentru băuturile alcoolice. Fiecare publicitate pentru băuturi alcoolice pe parcursul unei perioade de eşantionare (între o săptămână și o lună) ar fi codificată pentru următoarele variabile:

*Ora difuzării:* Importanța acesteia este pragul de 22.00 pentru publicitatea produselor alcoolice.

*Durata:* Durata în secunde a publicității.

*Denumirea produsului*

*Tipul băuturii alcoolice:* Acesta identifică tipul băuturii alcoolice pentru care se face publicitate - bere, băuturi spirtoase, vin, etc

*Tipul publicității:* Acest lucru se referă la cercetarea semiotică a tipurilor obișnuite de publicitate pentru băuturile alcoolice. Publicitățile sunt repartizate în una din cele patru tipuri. „Aspiraționale” se referă la asocierea alcoolului cu locații luxuriante sau exotice sau cu succesul material. „Familiare” se referă la locația publicității într-un loc familiar, cum ar fi acasă sau la bar. „Kidult” se referă la un stil de publicitate în care adulții se comportă fără inhibiții sau ca copiii. Deși acest stil de publicitate nu se limitează la alcool, acesta în mod clar poate ridica probleme în legătură cu publicitatea pentru băuturile alcoolice, deoarece poate atrage copiii și tinerii. „Imaginar” înseamnă scenarii abstracte sau non-umane.

*Personaje:* Aceasta se referă la personajele care întruchiează consumul de alcool (sau joacă un rol central în scenariu), pe genuri și grupe de vârstă.

*Fizic:* Alcoolul este prezentat ca ceva care sporește abilitățile fizice

*Sexual:* Alcoolul este prezentat ca ceva care îmbunătățește performanțele sexuale

*Terapeutice:* Alcoolul este prezentat ca având proprietăți terapeutice medicale sau sociale (cum ar fi un remediu pentru singurătate)

*Excesul:* este reprezentat consumul exagerat de alcool.

Ultimele patru variabile corespund prevederilor a-e ale Articolului 19 alineatul (11) al Codului Audiovizualului (toate sunt interzise).

Ar putea fi elaborat un cadru de codificare cu punctele de mai sus, folosind aceeași abordare ca și cea descrisă mai sus pentru monitorizarea subiectelor știrilor:

	Durata	Produsul	Tipul alcoolului	Tipul publicității	Personaje	Fizic	Sexual	Terapeutic	Excesiv																																											
					<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>																																															

Listele codurilor ar putea arăta în felul următor:

Tipul alcoolului:<sup>4</sup>

- V Vin
- B Bere
- S Spirtoase
- A Alcopops<sup>5</sup> (băuturi răcoritoare alcoolizate)
- C Cidru
- VA Vin alcoolizat

Tipul publicității:

- A Aspirațională
- F Familiară
- K Kidult
- I Imaginară

Grup de vârstă:<sup>6</sup>

- 1 sub 20
- 2 20-40
- 4 40-60
- 6 60+

Folosind aceste coduri și acest cadru de codificare, putem vedea cum ar putea fi monitorizate unele publicități. Cele ce urmează sunt exemple (reale) de publicitate pentru băuturile alcoolice.<sup>7</sup>

Un bărbat intră într-un bar atunci când se toarnă un pahar de cidru Magners. Voice-over spune: „Cidru Magners Draught. Este un început de conversație perfect. Asigură cursul conversației, în timp ce torni o halba rece, înviorătoare. Fără gheață, doar un gust pur excelent. Cidru Magners Draught – timp dedicat ție”. Bărbatul ia paharul de cidru și începe o discuție cu un grup de prieteni.

Doi bărbați și o doamnă servesc băuturi în munți. Unul dintre bărbați spune „Știi ceva? Acest Coors Light are cu adevărat un gust moale?”, doamna spune „Ce?”, iar celălalt bărbat spune „Da, într-adevăr moale”.Cei doi bărbați sunt afixați pe stradă, unul ține clape din plastic, aceștia cântă o piesă despre băutură într-un stil reggae, dansând într-un mod exagerat. În timpul piesei unul dintre bărbați imită o față de urs și gheare de urs la cameră, iar celălalt bărbat reacționează cu o frică falsă. Unele mișcări de dans includ mișcări exagerate de arte marțiale, fiind arătat și un elan fals în spatele bărbaților. Piesa se termină cu doamna care lovește bărbații cu o perna.

4 În practică lista ar putea fi mai detaliată și mai cuprinzătoare.

5 Tip de băutură alcoolică orientată în special spre consumatorii tineri

6 Aici este importantă *înfrățirea* consumatorilor. Evident, nu va fi posibil de a determina vârsta cu certitudine, însă aspectul cel mai important este dacă consumatorii arată de parcă ar putea fi minori.

7 Toate cele 4 au fost subiectul plângerilor la Autoritatea de Standardizare a Publicității din Marea Britanie care au fost susținute în întregime sau parțial



O femeie tânără atractivă și bine îmbrăcată comandă un “Disaronno cu gheață” de la un barman într-un bar de lux, îl bea, iar voice over spune „Gustul cald și senzual al Disaronno te face să îți dorești ca acesta să nu se termine niciodată”. Femeia pune apoi paharul gol pe bar; iar atunci când barmanul vrea să ia paharul, femeia pune mâna pe brațul lui și îl oprește. Ia un cub de gheață din pahar și îl pune seducător în gura sa. Text și voice over, „Disaronno. Răspândește plăcerea în jur”

Doi grauri și apoi un stol de grauri zboară împreună formând o compoziție pe cer. Muzica din fundal conține versurile „ies în oraș în seara aceasta.” Titlul la sfârșitul publicității spune „Belong” cu aceleași caractere ca și logo-ul berii Carling pentru care se face publicitatea.

Aceste patru publicități sunt codificate după cum urmează:

Ora	Dura- ta	Produ- sul	Tipul alcoo- lului	Tipul publici- tății	Personaje		Fizic	Sexu- al	Tera- peu- tic	Exce- siv
21. 40	21	Magners	C	F	M	2			X	
					M	2				
					F	2				
					M	2				
					F	2				
21. 42	27	Coors Light	B	K	M	2				
					M	2				
					F	2				
10. 13	30	Disaro nno	S	A	F	2		X		
					M	2				
10. 14	15	Carling	B	I					X	

Rezultatele ar putea fi cuantificate și tabelate pentru a avea constatări utile. Procesul variabilelor de trecere va face posibilă, de exemplu, determinarea frecvenței cu care a fost făcută publicitate pentru anumit tip de alcool. Acest lucru ar ajuta pentru a determina dacă publicitatea pentru anumite tipuri de alcool ar putea cauza probleme de ordin juridic sau etic. Ar fi posibil de identificat anumite produse în cazul în care publicitatea a cauzat preocupare, precum și pentru a identifica natura preocupărilor. Dacă de exemplu a reieșit că principala problemă este în publicitate de tip „kidult”, arătând consumatori tineri, care beau băuturi alcoolice pentru tineri, atunci monitorizarea viitoare și accentul reglementărilor ar putea fi pe publicitatea care vizează aparent consumatorii tineri sau minorii.

Monitorizarea de acest gen ar putea fi util complementată cu discuții în grup cu tineri (vezi mai jos metodologia) pentru a clarifica amintirile și percepția acestora în ce privește publicitatea pentru alcool.

O altă utilizare a acestui tip de monitorizare și analiză este prin studii *longitudinale* - adică, compararea rezultatelor de monitorizare, la diferite etape de timp. În ce privește publicitatea, dacă ar fi efectuată aceeași monitorizare pentru aceeași perioadă cu un an mai târziu (folosind o metodologie identică), ar fi posibil de a vedea dacă standardele s-au ameliorat sau au scăzut. Acest lucru ar putea ajuta CCA să determine eficacitatea propriilor activități de reglementare.

### 3. PLURALISMUL SOCIAL ȘI ECHILIBRUL

Articolul 7 alineatul (1) al Codului Audiovizualului impune radiodifuzorilor să „asigure pluralismul politic și social, diversitatea culturală, lingvistică și religioasă...” articolul 7 alineatul (4) prevede ca programele de știri „să respecte principiile echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității...”,

Spre deosebire de prevederile cu privire la conținutul autohton sau publicitate, nu există indicatori simpli și direcți stabiliți prin lege, care pot determina dacă un radiodifuzor se conformează tuturor acestor cerințe. Cu toate acestea, este posibil de a utiliza indicatori cantitativi pentru a răspunde la întrebarea dacă un radiodifuzor îndeplinește obligațiile sale în temeiul articolului 7 alineatul (1). Și este relativ simplu de a determina prin mijloace cantitative dacă un radiodifuzor întrunește obligația impusă de articolul 7 alineatul (4) litera (c): „ în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse.”

Problema pluralismul politic este abordată separat în secțiunea 4 privind monitorizarea reflectării alegerilor. Această secțiune se ocupă cu problemele rămase în articolul 7 alineatul (1) - pluralismului social, diversitatea culturală și diversitatea religioasă - și cerința privind principiul de informare din mai multe surse așa cum se specifică la articolul 7 alineatul (4) litera (c).

Următoarea metodă de monitorizare nu va fi mereu aplicată și poate fi utilizată numai pentru tipurile specificate de programe (cum ar fi reflectarea știrilor). Aceeași metodă va genera date care va oferi răspunsuri la toate întrebările de mai sus.

Fiecare secvență va fi codificată pentru următoarele variabile *adițional la acele variabile, cum ar fi durata, ora, data, tipul programului, limba etc care sunt codificate pentru toate secvențele:*

- Numărul subiectului. Acesta se referă la locul secvenței în ordinea unui buletin de știri.
- Subiect. Aceasta se referă la subiectul secvenței, dintr-o listă de coduri prestabilite.
- Sursa. Numărul de surse din fiecare știre este calculat.
- Voce. Fiecare sursă identificată de informații este codificată în conformitate cu listă prestabilită.
- Gen. Fiecare sursă identificată este înregistrată după gen.
- Zonă. Aceasta se referă la originea geografică a subiectului.

Să presupunem că programul care urmează să fie monitorizat este un buletin de știri. Buletinul este monitorizat prin divizarea acestuia în elemente. Fiecare element constă dintr-o știre separată. De obicei, nu este dificil de a determina unde începe și unde se termină un element. “Titlurile” de la începutul buletinului (și uneori de asemenea la sfârșit) nu sunt incluse în scopul monitorizării.

*Element:* Numărul elementului este pur și simplu locul pe care această știre îl are în buletin. Acestuia i se atribuie o valoare numerică. Primul element este 1, al doilea 2 și așa mai departe.

**Subiect:** Subiectul este știrea ce trebuie selectată dintr-o listă pre-determinată de coduri (a se vedea anexa pentru lista general de coduri ale subiectelor).

**Sursa:** Sursele unei știri sunt toate sursele de informații care sunt în mod explicit recunoscute *fie că acestea sunt sau nu sunt citate în mod direct*. Dacă se face referire la surse sau sunt citate de mai multe ori într-un singur element, ele oricum sunt numărate doar o singură dată.

**Voce:** Fiecărei dintre sursele identificate îi este atribuit un cod voce în conformitate cu o listă pre-determinată (a se vedea anexa). Aceste coduri reprezintă o varietate de afiliere politice și sociale.

**Gen:** Fiecărei dintre sursele identificate îi este atribuit un cod de gen. Acestea pot fi identificate ca fiind de sex masculin (m) sau de sex feminin (f) sau ca neidentificat (n) în cazul în care genul sursei este necunoscut (cum ar fi „purtătorul de cuvânt a spus ...”) sau non-existent (de exemplu, „un raport al Consiliului Europei ...”).

**Zona:** Acest cod se referă la regiunea din care provine știrea. Astfel de exemplu, chiar dacă știrea se referă la întreaga țară, în cazul în care știrea provine din Chișinău, aceasta este codată în modul respectiv.

Țineți cont de faptul că alte informații referitoare la fiecare secvență vor fi de asemenea incluse, cum ar fi durata și limba știrii.

Un simplu cadru de codificare pentru captarea informațiilor de mai sus va arata după cum urmează:

Stație:		Data:				Monitor:		
Subiect	Titlu	Durata	Limba	Subiect	Nr. de surse	Voce	Gen	Zona

A fost adăugat un câmp suplimentar ce permite monitorilor să scrie un titlu care descrie despre ce este știrea. Acest lucru nu este strict necesar, însă permite unui supervisor să efectueze o verificare rapidă a exactității probabile a codificării fără a viziona sau a asculta buletinul.

Acesta este un exemplu (fictiv) al subiectului unei știri:

Un nou raport al Organizației Internaționale a Muncii, OIM este extrem de critic în ce privește practicile de negociere ale angajatorilor din domeniul agricol din Republica Moldova, spunând că aceștia nu țin seama de legislația națională și standardele europene. Dl Ianuarie de la Federația Agricultorilor a respins constatările raportului, spunând că ICFTU măcar nu a avut amabilitatea de a contacta organizația sa. Dl Decembrie de la uniunea agricultorilor a salutat raportul.

„Este ceea ce sindicatul nostru a repetat ani de zile. Poate ca acum se va face ceva. „

Un purtător de cuvânt al Ministerului Agriculturii a spus că Ministrul studiază raportul și va comenta în timp util.

Iată cum ar putea fi codificată, folosind listele generale de coduri din anexă:

Stație: Moldova 1		Data: 28 iulie 2010				Monitor: Richard		
Subiect	Titlu	Durata	Limba	Subiect	Nr. de surse	Voce	Gen	Zona
1	Raportul ICFTU cu privire la negocierile fermierilor	40	Rom	Econo- mie	4	DIP	U	C
						BUS	M	
						SIN	F	
						GUV	U	

Metoda este după cum urmează:

Un nou raport al Organizației Internaționale a Muncii, OIM [*DIP, U*], este extrem de critic în ce privește practicile de negociere ale angajatori din domeniul agricol din Republica Moldova, spunând că aceștia nu țin seama de legislația națională și standardele europene. Dl Ianuarie de la Federația Agricultorilor [*BUS, M*] a respins constatările raportului, spunând că ICFTU măcar nu a avut amabilitatea de a contacta organizația sa. Dl Decembrie de la uniunea agricultorilor a salutat raportul.

„Este ceea ce sindicatul nostru a repetat ani de zile. Poate ca acum se va face ceva.  
„[SIN, F]

Un purtător de cuvânt al Ministerului Agriculturii [GUV, U] a spus că Ministrul studiază raportul și va comenta în timp util.

Codificarea știrilor în acest mod permite efectuarea mai multor tipuri de analiză. În primul rând, va fi ușor de a determina dacă radiodifuzorii se conformează cerințelor articolului 7 alineatul (4) litera (c) al Codului Audiovizualului care prevede în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse. În acest caz știrea implică un conflict și există patru surse identificate, care înseamnă bune practici profesionale. Desigur, nu orice știre solicită mai multe surse - unele știri funcționează, destul de legitim, în calitate de anunțuri și nu au nevoie de mai multe surse. Totuși, această metodă de monitorizare permite analistului să utilizeze tabelarea încrucișată pentru a identifica numărul de surse în conformitate cu codul subiectului. Un set de variabile - numărul de surse - este comparat cu un alt set, și anume cu subiectul

În cadrul analizei reflectării pluralismului social, ar fi posibil, de exemplu, de a determina genul surselor identificate. Prin tabelarea încrucișată cu codul Vocii ar fi posibil de a afirma dacă bărbații sau femeile sunt mai probabili de a fi reprezentați din diferite grupuri sociale. Desigur, ar fi important să ne amintim că acest lucru nu este în întregime în mâinile mass-media. Dacă de exemplu, majoritatea miniștrilor din guvern sunt bărbați, atunci acest lucru va fi aproape sigur reflectat în frecvența de voci masculine la codul pentru miniștri

În egală măsură, genul ar putea fi tabelat încrucișat cu Subiectul. Acest lucru ar arăta care sunt cele mai dese probleme la care sunt citați bărbații și femeile. Când a fost efectuat acest tip de monitorizare, deseori a fost stabilit, de exemplu ca bărbații sunt mai susceptibili de a fi identificați ca surse de știri politice “cu greutate”, în timp ce femeile sunt mai susceptibile de a fi citate cu privire la aspectele sociale.

Codul Vocii poate indica dacă radiodifuzorii reprezintă diferite părți ale comunității. Dacă, de exemplu, codurile sunt elaborate pentru grupurile minoritare, acest lucru ar indica dacă ei sunt reprezentați în emisiunile de știri. Tabelarea încrucișată cu codul Subiectului ar indica subiectul la care sunt citați membrii grupurilor minoritare. Sunt de obicei citați la o serie de probleme, sau numai în legătură cu situația specifică a acestora?

Tabelarea încrucișată Subiectului sau Vocii cu codul Elementului ar indica prioritatea acordată aspectelor specifice sau grupurilor sociale. At putea fi cazul, de exemplu, că știrile politice „cu greutate”, sau figurile politice de sex masculin, sunt mai susceptibile de a fi găsite la începutul buletinului de știri, în timp ce știrile “ușoare” de tip social și voci sociale mai diverse se regăsesc la sfârșit.

Tabelarea încrucișată a oricărei dintre variabilele de mai sus cu codul Stației ar permite desigur compararea performanței diferitor radiodifuzori, în timp ce Codul lim-

bii ar putea fi de asemenea utilizat. Femeile vorbitoare de limba găgăuză sunt mai susceptibile de a fi difuzate decât femeile vorbitoare de limba rusă?

Trebuie subliniat din nou că aceste măsuri sunt pur cantitative. Monitorii instruiți nu vor avea nici o dificultate în aplicarea codurilor identice pentru același buletin de știri. Este de asemenea important să ne amintim că statisticile pentru un singur subiect, sau chiar un singur buletin, nu sunt de interes. Analiza tendințelor pe parcursul unei perioade de timp pot fi un indiciu de punct forte sau punct slab din partea radiodifuzorilor. Ca și în cazul publicității, un studiu longitudinal ce compară constatările monitorizării - vechi de luni sau chiar ani poate fi informativ.

Metoda de mai sus se aplică în mod specific buletinelor de știri. Cu toate acestea nu există nici un motiv, de ce, cu anumite adaptări, acesta nu ar trebui aplicată unei programări mai largi: toate programele de actualitate și talk show-uri, de exemplu, sau toate programele produse autohton. Principala problemă care trebuie abordată va fi modul de a determina ceea ce constituie un „element”, deoarece alte tipuri de program nu pot fi divizate la fel de repede ca și un buletin de știri.

## Monitorizarea afirmațiilor

O altă abordare posibilă în vederea monitorizării pluralismului social și echilibrului în reflectare este *monitorizarea afirmațiilor*. Această metodă identifică o serie de „afirmații” obișnuite - opinii exprimate frecvent - la o anumită temă și calculează frecvența cu care acestea apar în programele difuzate. Avantajul acestei abordări este că cuantifică diverse expresii calitative cuprinse în cadrul emisiunii. Monitorizarea afirmațiilor în general este utilizată pentru a determina dacă o varietate de puncte de vedere sunt reflectate în reflectarea unei anumite probleme.

Astfel, de exemplu, monitorizarea afirmațiilor ar putea fi folosită pentru a studia reflectarea de către radiodifuzori a minorității romă. Ar putea fi elaborată o serie de afirmații (poate fi realizat cel mai bine prin analiza reflectării anterioare). Iată câteva exemple:

“Romii sunt cetățeni moldoveni cu drepturi egale”

“Romii suferă în rezultatul discriminării”

“Romii nu sunt moldoveni loiali”

“Romii sunt leneși”

... șamd.

Aceste afirmații pot fi grupate în funcție de cele pozitive, negative sau neutre față de romi, cu un număr egal de fiecare. În mod evident, cu cât mai multe afirmații pot fi create, cu atât mai probabil este ca declarațiile difuzate să corespundă exact cu o afirmație prestabilită.

Procesul real de monitorizare se desfășoară după cum urmează. Monitorul pune accentul doar pe elemente (fie subiecte de știri, sau toate elementele difuzare), care

menționează în mod explicit romii. Ei monitorizează toate declarațiile făcute pentru a stabili dacă acestea corespund oricărei din afirmații.

Frecvența apariției acestor afirmații pot fi cuantificată. Intenția este de a monitoriza producția pe parcursul unei anumite perioade de timp pentru a stabili, în primul rând, cât de multă reflectare primește problema monitorizată și în al doilea rând, cât de mult corespunde anumitor clișee sau opinii despre subiectul dat.

O metodă similară ar fi de a identifica anumite *cuvinte cheie* care sunt frecvent utilizate în legătură cu subiectul. În cazul romilor ar putea fi cuvinte precum „murdar”, „leneș”, „neloial”, etc. Ca și în cazul monitorizării afirmațiilor, monitorii, identifică elementele care se referă la romi și calculează frecvența apariției cuvintelor cheie predeterminate.

Monitorizarea afirmațiilor poate fi o metoda foarte eficienta de monitorizare a tratamentului grupurilor minoritare, atunci când discuția este adeseori marcată de clișeele lenese, inexacte și discriminatorii. Abordarea monitorizării afirmațiilor a fost folosită de exemplu, în Africa de Sud pentru a investiga reflectarea în media a aspectelor de rasă și rasism.<sup>8</sup> Abordarea cuvintelor cheie a fost utilizată în Marea Britanie pentru a analiza reflectarea refugiaților și solicitanților de azil.<sup>9</sup>

## “Discursul instigator” și defăimarea

Există mai multe prevederi în legislația Republicii Moldova care stabilesc limitele dreptului la libertatea de exprimare (inclusiv drepturile radiodifuzorilor). În special atât Constituția, cât și Codul Audiovizualului interzic incitarea la ură din mai multe motive, printre care „rasă, religie, naționalitate sau sex”<sup>10</sup> În articolul 32 alineatul (2) din Constituție este de asemenea prevăzut că” Libertatea exprimării nu poate prejudicia onoarea, demnitatea sau dreptul altei persoane la viziune proprie.”

Prevederile de acest gen sunt supuse testelor juridice complexe și au fost abordate în jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului. Prin urmare, nu există o procedură simplă pentru elaborarea indicatorilor prin care monitorii mass-media pot codifica o emisiune pentru încălcarea acestor standarde. În special, este important de menționat faptul că poate exista o răspundere diferită pentru persoanele care fac declarații ce incită la ura sau prejudiciază onoarea sau demnitatea altei persoane și pentru radiodifuzorul care transmite aceste declarații.

Prin urmare, ar fi o problemă foarte gravă pentru un radiodifuzor să transmită sentimente rasiste, de exemplu, care ar reflecta propria poziție editorială. Cu toate acestea, ar fi o chestiune foarte diferită dacă pe parcursul unui buletin de știri sau program de actualități, a raportat sentimente rasiste exprimate de alții. De asemenea, ar fi important de a analiza dacă astfel de sentimente au fost raportate într-un

8 Proiectul de monitorizare media, *Shades of prejudice: An investigation into the South African media's coverage of racial violence and xenophobia*, Johannesburg n/d.

9 ARTICOLUL 19, *What's the story? Results from research into media coverage of refugees and asylum seekers in the UK*, London 2003.

10 Codul Audiovizualului, Articolul 6(1)



mod inflamator, dacă punctele de echilibrare au fost de asemenea raportate și alte elemente de context, care ar clarifica dacă aceste puncte de vedere au fost prezentate într-o lumină pozitivă sau negativă.<sup>11</sup>

În mod similar, atunci este difuzată critica la adresa persoanelor - chiar și critici care ar putea leza onoarea și demnitatea acestora - testul va fi probabil dacă radiodifuzorul a acționat în calitate de reporter responsabil sau pur și simplu și-a exprimat propria opinie. Constituția prevede, de asemenea faptul că cetățenii au dreptul de acces la informațiile de interes public (articolul 34 alineatul (1)) și că mass-media de stat și privată sunt „obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice.” Este din ce în ce mai susținut că mass-media nu ar trebui să fie trasă la răspundere juridică pentru raportarea cu precizie a declarațiilor altora - chiar dacă aceste declarații sunt considerate a fi ilegale<sup>12</sup>.

Un alt considerent este identitatea persoanei care este criticată. Curtea Europeană pentru Drepturile Omului a precizat că domeniul defăimării este mult mai restrâns atunci când persoana a cărei reputație poate fi lezată este un oficial de la guvern, sau un politician. Presupunerea este că necesitatea de dezbateră politică și responsabilitatea înseamnă că exprimarea clară a opiniilor nu ar trebui să fie restricționată.<sup>13</sup>

Din cele de mai sus, este evident că rolul monitorilor mass-media în legătură cu aceste probleme poate fi foarte limitat. Tot ce pot face este să identifice emisiunile care ar putea la prima vedere să constituie “discursuri instigatoare” sau defăimare, pentru ca emisiunea să fie supusă unei examinări suplimentare. Ar fi cu siguranță incorect să fie menținută o evidență cantitativă a pretensei încălcări a acestor dispoziții legale.

## 4. PLURALISMUL POLITIC ȘI ALEGERILE

### **Rolul mass media și importanța monitorizării mass media în perioada alegerilor**

Mass-media joacă un rol vital în alegeri, deoarece informează alegătorii despre concurenți și evoluția campaniei, precum și despre procesul electoral. Mass-media oferă platforme candidaților pentru comunicarea mesajelor de campanie alegătorilor, analizează campania, comunică punctele de vedere ale diferitelor grupuri politice, și raportează despre cei care dețin puterea și încearcă să o câștige din nou. Rolul și funcțiile mass-media sunt limitate în cazul în care nu se bucură de spațiu liber pentru funcționare și acces la informație. Mass-media ar trebui să se bucure de libertate și nimeni nu ar trebui să i se permită să împiedice acest lucru datorită rolului esențial

---

11 În cazul *Jersild*, Curtea Europeană a Drepturilor Omului a hotărât în favoarea unui jurnalist danez care a intervievat membrii unui grup de dreapta care exprim opiniile rasiste, deoarece scopul programului său a fost de a documenta și a expune opiniile grupului, nu și să le promoveze

12 Aceasta este poziția susținută de Raportorul Special al ONU privind Dreptul la Libertatea de Exprimare și de Opinie, și a fost adoptat, printre altele, de către Curtea Constituțională Spaniolă.

13 Vezi în special, *Lingens v. Austria*, Judgment din 8 iulie 1986, Series A no. 103; *Castells v. Spain*, Judgment of 23 April 1992, Series A no. 236.

de watchdog al mass media. Mass-media ar trebui să adere la principiile de reflectare echidistantă. Un proces electoral liber și corect solicită mass-media să trateze toți concurenții în mod echilibrat și să facă eforturi de a furniza rapoarte la timp, corect și imparțial cu privire la toate evoluțiile cheie politice și electorale.

În timpul alegerilor, monitorii mass-media au jaloane pentru a judeca corectitudinea procesului electoral. Ei evaluează comportamentul mass-media pe parcursul diferitelor faze ale procesului electoral și evaluează conformitatea acestuia cu standardele internaționale și reglementările locale cu privire la reflectarea alegerilor. Ei ajută la stabilirea faptului dacă candidații au avut acces la mass-media pentru a transmite mesajele alegătorilor și dacă informațiile disponibile prin intermediul mass-media au fost adecvate pentru ca alegătorii să facă o alegere bine informată la urnele de vot. Datele statistice privind timpul dedicat concurenților, modul în care concurenții și alți actori politici cheie sunt reflectați de mass-media, analiza reflectării partinitoare, amplexarea și calitatea campaniilor de educare a alegătorilor sau relevanța informațiilor legate de alegeri servesc ca bază pentru analize. Rezultatele monitorizării demonstrează modul în care s-a comportat mass-media și informează publicul, și concurenții despre aceste probleme. Atunci când sunt identificate deficiențe, trebuie luate acțiuni corective pentru a îmbunătăți reflectarea mediatică sau pentru a proteja drepturile și libertățile mass-media.

## **Dimensiunea legală a reflectării alegerilor în mass media**

Tratatele internaționale privind drepturile omului, declarațiile și cazurile au creat o serie de standarde prin care putem măsura mediul în care mass-media funcționează în timpul alegerilor. Există mai multe principii fundamentale care, dacă sunt promovate și respectate, sporesc dreptul de a căuta, primi și împărtăși informația.<sup>14</sup>

Cadrul legal care reglementează reflectarea mediatică a alegerilor se compune din Codul Electoral (articolele 47 și 64), Codul Audiovizualului și Regulamentul privind mass media al Comisiei Electorale Centrale adoptat de CEC înainte de alegeri.

Codul Audiovizualului (art. 7.3) stipulează: „ Pentru încurajarea și facilitarea exprimării pluraliste a curentelor de opinie, radiodifuzorii au obligația de a reflecta campaniile electorale în mod veridic, echilibrat și imparțial

Codul Electoral prevede dreptul mass-media de a reflecta alegerile și informa publicul cu privire la toate aspectele electorale liberă de orice încălcare sau amestec de către autorități, concurenții electorali / candidați sau alte entități (art. 64 (1) (4)).

Codul Electoral de asemenea îndeamnă mass-media să se abțină de la tratamentul preferențial al concurenților electorali, indiferent de statutul social și / sau de postul ocupat de candidați (art. 64 (4)) și prevede că mass-media publică trebuie să facă o distincție clară între exercitarea funcției oficiale și activitatea electorală a candidaților (art. 64 (1) (5)).

---

<sup>14</sup> Acestea sunt rezumate la <http://aceproject.org/ace-en/topics/media-and-elections/nea> (și paginile ulterioare).

Conform ultimelor modificări la Codul Electoral, la fiecare două săptămâni Consiliul Coordonator al Audiovizualului este obligat să prezinte Comisiei Electorale Centrale rapoartele de monitorizare privind reflectarea campaniei electorale de către radiodifuzorii naționali. Rapoartele de monitorizare trebuie să includă informații cu privire la respectarea de către radiodifuzorii a normelor juridice în timpul reflectării alegerilor în toate emisiunile acestora. Cu două zile înainte de alegeri, Consiliul Coordonator al Audiovizualului trebuie să prezinte un raport final de generalizare la Comisia Electorală Centrală (art. 64 (1) (12)).

## **Radiodifuzorii**

*Radiodifuzorii publici* (controlați de stat), au obligația de a servi întreaga populație, deoarece este finanțată din banii tuturor contribuabililor. Ei trebuie să ofere acces tuturor concurenților politici la emisiunile acestora și să asigure o reflectare imparțială și corectă tuturor actorilor politici participanți la alegeri. În Moldova, televiziunea publică națională este sursa cheie de informații politice și postul cu cea mai largă acoperire a teritoriului. Astfel, aceștia ar trebui să respecte strict obligațiile sale de ordin legal și etic.

OSCE / BIDDO "Mass-media părtinitoare, în special cu privire la mass-media controlată de stat, în favoarea partidului de guvernământ" este una din provocările în ce privește respectarea angajamentelor OSCE privind alegerile<sup>15</sup>. *Mass-media controlată de stat* riscă să fie abuzată de către guverne pentru promovarea vizibilă a agendelor politice ale acestora. Mass-media de stat nu trebuie să fie utilizată în calitate de instrument de comunicare sau propagandă pentru un partid politic sau în calitate de avocat al Guvernului, excluzând restul partidelor și grupurilor. Mass-media de stat este responsabilă să raporteze cu privire la toate aspectele naționale și să ofere acces la o diversitate de puncte de vedere.

*Radiodifuzorii privați* de asemenea au obligațiile pe parcursul alegerilor. Radiodifuzorii terestrați, care dețin o parte a spectrului de frecvențe sunt obligați prin urmare să servească publicul. În special în timpul alegerilor, radiodifuzorii privați ar trebui să respecte, de asemenea o serie de obligații în ceea ce privește reflectarea corectă și imparțială a alegerilor, în special în programele lor informative. Responsabilitatea acestora de a fi corecți pe parcursul alegerilor de asemenea, deriva din faptul ca sunt supravegheați.

În timpul alegerilor, radiodifuzorii sunt instrumentele cheie care influențează și conturează realitățile politice, sociale și culturale și aceasta trebuie să respecte standardele etice și profesionale ale jurnalismului. Mass-media la nivel național joacă un rol cheie, practic în toate tipurile de alegeri, deoarece servește drept o sursă principală de informații. Mass-media regională sau locală, ar putea juca, de asemenea un rol important, atât în alegerile parlamentare în cazul sistemului electoral majoritar, cât și în alegerile locale.

---

15 OSCE/ODIHR, *Guidelines on media analysis during election observation missions*, Warsaw 2005.

## Aspecte cantitative și calitative ale monitorizării mass media

În timpul alegerilor, analiza cantitativă presupune înregistrarea, măsurarea și codificarea timpului oferit pentru reflectarea actorilor politici sau de altă natură. Aceasta include, de asemenea măsurarea timpului oferit pentru articole sau subiecte aferente alegerilor pentru a determina dacă alegerile au fost prezentate în mass-media ca un eveniment politic important. Analiza calitativă se uită la profesionalismul și precizia reflectării mediatice a alegerilor, folosirea limbii, manipulărilor intenționate etc.

Activitățile de monitorizare a mass-media sunt efectuate de o echipă de monitori bine instruiți în procedurile și tehnicile de monitorizare a mass-media. Echipamentele echipei de monitorizare a mass-media necesare pentru sarcinile de zi cu zi includ echipamente pentru înregistrarea emisiunilor mass-media și echipamente care permit vizualizarea, codarea și introducerea în calculatoare a tuturor informațiilor primite de la activitățile de monitorizare. În plus, ar trebui să existe capacitatea de a stoca informații, atât emisiuni înregistrate, cât și datele colectate.

## Reflectarea actorilor politici și entităților relevante

În scopul analizei reflectării în mass-media a actorilor politici, *unitatea de analiză* este partea mesajului dedicată actorului politic sau subiectului selectat. În plus la calculul volumului de timp acordat entităților relevante în mass-media este important să se înțeleagă modul în care este utilizat timpul. Timp egal nu înseamnă în mod automat reflectare egală. Tonul reflectării și modul în care actorul politic sau o entitate sunt portretizate reprezintă informații importante ce completează datelor referitoare la acordarea timpului. *Secvența de timp* legată de *actorul politic relevant* este codată în conformitate cu următoarele variabile: *discursul direct-indirect*, *tonul reflectării* (pozitiv, neutru, negativ) și *genul* unui actor politic. În cadrul unui program, care reprezintă unitatea de context, există numeroase unități de analiză referitoare la diferenții actori politici sau entități. Unitățile de analiză sunt înregistrate și codificate separat cu variabile selectate.

### ***Variabile specifice utilizate la monitorizarea reflectării actorilor politici și entităților relevante***

*Nume:* Numele și prenumele oricărei persoane care are un rol politic (de exemplu, un candidat independent sau un membru al Parlamentului European), sau o persoană care este identificată ca cineva care aparține unui partid politic, guvern sau altei entități relevante din politică sau legată de alegeri. Numele este indicat ori de câte ori o anumită persoană este prezentată.

*Entitate relevantă (subiect):* Unitatea de analiză este determinată de prezența unei entități relevante sau subiect în emisiune. La alegeri, concurenții politici (partide, candidați) care participă la alegeri sunt cele mai evidente entități relevante. Lista entităților relevante include, de asemenea, alte entități cum ar fi părți care participă în alegeri, dar care au un rol semnificativ în mediul politic, Guvern, Președinte (ca poziție instituțională) sau alte subiecte relevante.

Lista de entități ar trebui să fie definită înainte de lansarea activității de monitorizare. Entitățile relevante sunt doar astfel de entități care ar putea fi identifica-

te în mod clar ca entități politice specifice sau grupări. Uneori, anumiți termeni politici (de exemplu, *opозиție sau autorități*), frecvent utilizați în comunicarea politică sunt utilizate frecvent în mass-media. Cu toate acestea, includerea lor în lista entităților relevante ar trebui să se întâmple atunci când acești termeni nu sunt utilizați vag, dar reprezintă forțe politice concrete recunoscute ca atare în societate.

*Gen:* Atunci când o anumită persoană este prezentată, ei sau lui îi este atribuit un cod, masculin sau feminin. Dacă genul este inexistent, este atribuit codul ca și neidentificat (vezi pct. 3, de mai sus).

*Timp:* Timpul oferit unei persoane sau entități politice. Acesta este măsurat în secunde, folosind un sistem de măsurare cât mai precis posibil pentru a obține rezultatele cele mai exacte. În cazul în care actorul relevante sau entitate sunt doar menționate, acest lucru ar trebui să fie inclus, iar actorul sau entitatea ar trebui să fie înregistrați în fișa de date cu acordarea unui timp minim (de exemplu, 1 secundă).

*Tonul:* În timp ce evaluarea tonului reflectării actorilor politici pare mai subiectivă în comparație cu măsurarea timpului acordat actorului politic, formarea monitorilor mass-media și definirea clară a sistemului de evaluare a tonului elimină subiectivismul posibil. În general, tonul reflectării este codificat ca fiind pozitiv, negativ sau neutru.

Evaluarea subiectului în cauză, modul în care este prezentat mesajul este factorul-cheie care indică tonul mesajului. Exemple de evaluări pozitive ale actorului politic ar fi: XY este cel mai popular membru al parlamentului; XY este plăcut și adorat de populație; XY este un politician respectat. Exemple de evaluări negative ar fi: AB este un ratat politic, AB nu este un politician onest. Dacă nu există nici o evaluare pozitivă sau negativă, mesajul este neutru, de exemplu, în cazul în care raportul spune: ZY este un candidat.

Adițional la evaluare, este de asemenea important să înțelegem contextul în care este raportat mesajul, oferind mesajului lumină pozitivă sau negativă doar conform știrii sau evenimentului raportat. De exemplu, faptul că XY a negociat acordul de pace, sau faptul că rata șomajului în țară va fi redusă ca urmare a noii legi propuse de membrul parlamentului XY este percepută de majoritatea societății ca o evoluție pozitivă. Pe de altă parte, știrile inerent negative ar putea caracteriza, de exemplu: AB, un ministru al cărui mașină a rănit un pieton deoarece nu a respectat limita de viteză. Faptul că: ZY a participat la sesiunea Parlamentului este neutru.

Tonul de reflectare este pozitiv în cazul în care modul în care este prezentat mesajul și natura mesajului sunt ambele pozitive, în mod similar în cazul în care ambii factori sunt negativi, tonul este negativ. Tonul neutru este rezultatul ambilor factori ca fiind neutri. Dacă modul în care este prezentat mesajul și cadrul mesajului nu se potrivesc, anume modul în care este prezentat mesajul determină tonul de reflectare.

*Direct / indirect:* Volumul corespunzător de timp este măsurat și acordat unui actor ca *Direct* în cazul în care un actor vorbește direct în cameră și microfon (discurs di-

rect), sau el / ea sunt citați direct. În toate celelalte cazuri de reflectare a unui actor relevant, partea relevantă de timp este codificată ca Indirectă. Actorul ar putea fi prezentat în mod *indirect* de către un reprezentant mass-media sau orice altă persoană. În cazurile în care un actor politic este afișat, prezentat în text, pe poza, etc, timpul este atribuit ca indirect.

Dacă actorul politic relevant AB se referă la un alt actor politic CD, timpul pe parcursul căruia actorul AB vorbește este măsurat și atribuit acestuia ca direct, în timp ce timpul oferit prezentării actorului CD este de asemenea captat și atribuit CD ca indirect.

Mai jos este un exemplu al unui cadru de codificare simplu pentru captarea informațiilor de mai sus:

Canal:	Data:	Program:	Începutul Programului:	Sfârșitul Programului:	Numele Monitorului:
NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT

### Selectarea radiodifuzorilor, actorilor și entităților relevante

Pentru *alegerile parlamentare*, partidele politice care participă la alegeri, candidații dar și guvernul sunt principalele *entități relevante* ale căror reflectare în mass media este monitorizată. Alte organisme, cum ar fi președintele sau organul electoral responsabil de organizare ar putea fi, de asemenea incluși în lista entităților relevante. Pentru *alegerile locale*, actorii selectați ar trebui să includă concurenți politici care participă la alegeri în special la nivel local, precum și autoritățile sau parlamentele locale.

În *alegerile prezidențiale*, monitorizarea se axează pe reflectarea candidaților la președinție. În cazul în care președintele actual participă în calitate de candidat este important de a capta reflectarea lui/ei atât ca președintele actual, cât și candidat. Ar putea fi util de a capta reflectarea altor subiecți politici relevanți dat fiind participarea lor directă sau indirectă în competiție.

În caz de *referendum*, reflectarea în mass-media ține de întrebările adresate în cadrul

referendumului, precum și pragul de prezența la urne. În ciuda numărului de întrebări puse la referendum, principala preocupare se referă la proporția de reflecție a pozițiilor pozitive și negative față de întrebare. Aceste două poziții sunt esențiale. Alte poziții, cum ar fi lansarea apelului de boicotare a referendumului ar trebui să fie de asemenea incluse în monitorizarea mass-mediei, după caz.

Deși este desigur posibil de a monitoriza întreaga perioadă de 24 de ore de emisiuni mass-media cu scopul de a analiza reflecția alegerilor în mass-media, de obicei este suficient de a ne concentra pe segmente selectate de emisiuni. Eforturile ar trebui să includă în primul rând, toate programele difuzate în timpul orelor de maximă audiență, în momentul în care, de obicei, cea mai mare audiență vizualizează sau asculta emisiunile (de exemplu, opt ore de emisiuni de seară de la 17.00 până la 01.00). Desigur, programele politice importante sau programele speciale dedicate alegerilor ar putea fi de asemenea, înregistrate și analizate dacă sunt difuzate în afara timpului când numărul maxim de telespectatori are acces la emisiuni.

### **Exemple de știri**

Contextul știrii: Este ultima săptămână a campaniei pentru alegerile parlamentare. Partidul politic ABC este un partid local care participă în alegeri, organizează un miting de campanie în capitală, la care este prezent liderul partidului politic ABC, domnul M Luni, precum și președintele partidului politic popular DEF din țara vecină, domnul F Vineri. Partidul DEF nu este înregistrat în țara în care au loc alegerile, iar liderul DEF a venit în calitate de invitat al ABC pentru a manifesta sprijinul său partidului ABC în următoarele alegeri.

*Prezentatorul: Partidul ABC și-a încheiat azi activitățile sale de campanie. Dl Luni președintele partidului ABC a participat la mitingul final din capitală. Domnul Vineri, președintele partidului politic DEF, de asemenea a participat la eveniment.*

*Imaginea și vocea Domnului Luni: Drați suporterți, sunt convins de victoria absolută în aceste alegeri.*

*Imaginea și vocea domnului Vineri: Am venit aici ca prieten al acestei țări și am venit să vă spun un singur lucru. Îl cunoscut pe domnul Luni de ani de zile și știu că spune mereu adevărul, și dacă spune că va câștiga, atunci cu siguranță va câștiga.*

În orice știre, monitorii mass-media trebuie să capteze toate aparițiile actorilor sau entităților relevante. În această știre, actorul relevant este domnul Luni, iar entitatea relevantă este partidul ABC. Partidul DEF nu este înregistrat în țara unde au loc alegerile, nici partidul DEF, nici domnul Vineri care reprezintă acest partid nu sunt incluși în lista de actori și entități relevante.

Prima frază a prezentatorului (*Partidul ABC și-a încheiat azi activitățile de campanie*) durează 5 secunde și prezintă partidul ABC. Timpul pe parcursul căruia prezentatorul pronunța această frază va fi măsurat și atribuit partidului ABC.

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT
	ABC	Neidentificat	5	Neutru	

A doua frază a prezentatorului (*Domnul Luni președintele partidului ABC a participat la mitingul final în capitala*) durează 6 secunde și prezintă actorul relevant Domnul Luni care reprezintă partidul ABC. Timpul pe parcursul căruia prezentatorul pronunța această frază va fi măsurat și atribuit partidului ABC și dlui Luni. El este prezentat într-un mod indirect. Tonul de reflectare este neutru; sexul este masculin.

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT
Dl. Luni	ABC	Masculin	6	Neutru	Indirect

Fraza a treia a prezentatorului (*Di Vineri, președinte al partidului politic DEF, de asemenea a participat la eveniment*) durează 7 secunde și îl prezintă pe Domnul Vineri reprezentând partidul DEF. Durata frazei nu este măsurată dat fiind că Domnul Vineri și DEF nu sunt actori / entități relevante.

Fraza Domnului Luni durează 8 secunde (*Dragi suporter, sunt convins de victoria absolută în aceste alegeri*) este măsurată și atribuită Domnului Luni în modul următor:

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT
Dl. Luni	ABC	Masculin	8	Pozitiv	Direct

Din cele două fraze pronunțate de către domnul Vineri, prima (*Am venit aici ca prieten al acestei țări și vin să vă spun doar un singur lucru.*) este omisă deoarece Domnul Vineri, care nu este un actor relevanți vorbește doar despre el însuși. A doua frază (*L-am cunoscut pe Domnul luni de ani de zile și mereu spune adevărul, și dacă spune că va câștiga, atunci va câștiga cu siguranță*) durează 12 secunde și este măsurată și deoarece Domnul Vineri vorbește despre actorul relevant Domnul Luni, informația este introdusă în fișa de date, după cum urmează:

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT
Dl. Luni	ABC	Masculin	12	Pozitiv	Indirect

Știrea este introdusă în fișa de date în modul ce urmează:

Canal:	Data:	Programul:	Începutul Programului:	Sfârșitul Programului:	Numele Monitorului:
Moldova 1	1.8.2010	Știri	20.00	20.35	Marek

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT
	ABC	Neidentificat	5	Neutru	
Dl. Luni	ABC	Masculin	6	Neutru	Indirect
Dl. Luni	ABC	Masculin	8	Pozitiv	Direct
Dl. Luni	ABC	Masculin	12	Pozitiv	Indirect



## Programe de știri

Programele de știri oferă în primul rând informație. Acestea ar trebui să reflecte o varietate de știri relevante, la zi, exacte, echilibrate și factuale și în principiu, acestea ar trebui să se abțină de la opinii declarative.

În conformitate cu prevederile Codului Electoral și Codului Audiovizualului programele de știri difuzate de mass-media ar trebui să încurajeze și să faciliteze exprimării pluraliste de opinii, și să ofere o reflectare exactă, echilibrată și imparțială a campaniilor electorale. Mass-media ar trebui să se abțină de la tratamente preferențiale față de concurenții electorali, indiferent de pozițiile pe care le dețin.

### *Evaluare cantitativă*

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP	TON	DIRECT/INDIRECT

Întrebările-cheie ce trebuie răspunse la monitorizarea programelor de știri includ:

- A existat vre-o părtinire în ce privește volumul de timp acordat actorilor și entităților?
- Actorii politici au beneficiat de o cantitate suficientă de timp, care reflectă domeniul activităților? Un partid este reflectat mai mult decât altul? Aceasta poate fi justificat de valoarea știrilor?
- A existat vre-o părtinire în ce privește calitatea?
- Tonul reflectării favorizează un partid în comparație altul?
- A existat vreo părtinire în ce privește genul?

Timpul acordat actorilor politici este doar un indicator de bază de echitate a reflectării în mass-media a figurilor politice. Segmentele de discurs direct ale actorilor sunt mai atractive pentru telespectatori sau ascultători și de asemenea oferă actorilor politici acces mai „direct” la mass-media pentru a transmite mesajele acestora, în contrast cu segmentele reproduse în cadrul emisiunilor ce prezintă actorii în mod indirect. Cu toate acestea, anume editorii sau jurnaliștii aleg segmentele ale discursului direct care apar în programele de știri și nu actorii politici. Timpul acordat actorilor este tabelat cu tonul reflectării și cu discursul direct oferă o imagine cu mult mai exactă a abordării mass-media în ce privește reflectarea actorilor relevanți.

Pentru a stabili dacă a existat părtinire a mass-media față de candidați din perspectiva de gen, informația care să indice de cât timp a beneficiat fiecare gen în mass media trebuie să fie contrapusă cu numărul de candidați înregistrați de sex masculin și feminin. Cu toate acestea, informațiile relevante ar putea fi culese prin tabelare încrucișată a genului, timpului, tonului reflectării și variabilelor discursului direct.

Desigur, echilibrul între partidele sau candidații concurenți nu poate fi reflectat într-un singur buletin de știri. (Ar putea fi cazul, de exemplu, dacă un partid își lansează manifestul sau organizează un eveniment major de campanie). Cu toate acestea, așteptarea ar fi că pe o perioadă mai lungă de timp ar trebui să existe un echilibru

al reflectării, care prevede o reflectare justă a tuturor partidelor și candidaților. O dată cu apropierea zilei alegerilor va fi mult mai important să se asigure că există un echilibru într-o perioadă mai scurtă de timp, deoarece va exista mai puțin timp disponibil pentru candidați să răspundă oponentilor lor politici.

### ***Evaluarea calitativă***

Analiza cantitativă nu poate aborda toate aspectele relevante de reflectare a alegerilor. Ceea ce urmează este o selecție a celor mai importante probleme care trebuie să fie monitorizate și evaluate calitativ<sup>16</sup>:

Există careva informații relevante care lipsesc? (Media adesea evita problema de reflectare a evenimentelor sensibile politic, prin faptul că pur și simplu nu le reflectă deloc. Este important să analizăm modul cum sau dacă problemele de gen sunt reflectate.)

Alegerea problemelor (Selectarea știrilor favorizează agenda unui partid sau altuia, chiar dacă nu există nici o părținare clară?)

Stil similar de reflectare (Evenimentele electorale ale diferitor candidați sunt raportate în mod similar /, de exemplu, toți beneficiază de filmare sau citare directă) sau doar unii dintre ei?

Factorul deținătorului de funcție (Activitățile deținătorilor de funcții actuali care sunt de asemenea și candidați sunt raportate în mod corespunzător - sau cele două roluri se confundă în avantajul deținătorului de funcție „?")

Elemente de poziționare (Elementele cu privire la opoziție sunt reflectate împreună cu alte știri nefavorabile / de exemplu, violență politică / pentru a crea o impresie nefavorabilă?)

Prioritare (Unii candidați beneficiază întotdeauna de reflectare înaintea altora în succesiunea buletinelor?)

Limbaj inflamator (Limbajul inflamator sau incidentele reale de violență sunt raportate în mod corect, sobru și echilibrat, cu toate părțile citate? Sau mass-media raportează în mod inflamator și dezechilibrat, cu pericolul că aceasta ar putea conduce la violență și mai mare?)

Manipularea filmărilor, imaginii și sunetului (unghiurile camerei, distanța camerei de la candidați, lumina, calitatea sunetului, utilizarea materialului filmat care nu corespunde conținutului celor întâmplare sau care oferă ton negativ sau pozitiv știrii)

Avantajul deținătorului de funcție (Oficialii în funcție, în cazul în care participă în

---

<sup>16</sup> Sunt întrebări din Oxford Media Research, *Guidelines for media monitoring in the Moldovan elections*, 2005

alegeri, fac campanie în cadrul funcțiilor lor oficiale? Implicarea Guvernului în reflectarea campaniei în mass-media este cumva legat de alegeri?)

Sondajele de opinie sunt enunțate cu detalii?

- *Cine a efectuat sondajul?* (Sunt cu reputație și independenți? Dacă organizația care a efectuat sondajul nu este independentă de toate partidele politice, concluziile sale pot fi părtinitoare. Este important să se știe cine a comandat sondajul. - A fost un partid politic, o organizație media sau alte organe?)
- *Câte persoane au fost interviewate?* (Mărimea eșantionului este evident importantă. Dacă este prea mic, atunci rezultatul este mai puțin probabil să fie exact, dar dacă eșantionul este bine ales, un număr relativ mic poate produce rezultate importante)
- *Cum au fost alese acestea?* (O instituție cu reputație va publica metoda de eșantionare. Este evident însă că cei pe care îi alegeți vor determina rezultatul. În cazul în care sondajul este efectuat prin telefon, aceasta reflectă doar punctele de vedere ale utilizatorilor de telefoane. În cazul în care se desfășoară pe o stradă din Chișinău, acesta va reflecta doar punctul de vedere al locuitorilor orașului. Un eșantion adecvat va reflecta diferite grupuri geografice sau grupuri de populație din țară).
- *Rezultatele publicate se bazează pe răspunsurile tuturor celor interviewați?* (O modalitate ușoară ar fi de a retrace răspunsurile pe care nu le plac. Este neprofesional, atât pentru instituția care efectuează sondajul, cât și jurnalist).
- *Când a fost realizat sondajul de opinie?* (Părerile persoanelor se schimbă, mai ales în timpul campaniei electorale. Un sondaj care este vechi de o lună nu poate fi un ghid fiabil privind modul în care vor vota oamenii).
- *Care este eroarea de eșantionare?* (Acest lucru înseamnă cât de departe de adevăr vor fi rezultatele sondajului. Nici un sondaj nu poate prezice rezultatul cu o precizie totală, însă unul profesionist ar trebui să aibă o marjă de eroare de câteva puncte procentuale.).
- *Ce întrebări au fost puse - și cum au fost formulate? În ce ordine au fost puse?* (Articolul sau emisiunea ar trebui să reflecte exact care au fost întrebările pentru a evita pericolul de a „interpreta” rezultatele în modul cel mai convenabil din punct de vedere politic.

Mass-media respectă perioada de liniște de campanie?

## **Programe cu acces direct – gratuite și achitate**

Concurenții înregistrați ar trebui să aibă acces direct la mass-media pentru a comunica mesajele lor de campanie. Acordarea timpilor de antenă gratuit ar trebui să se facă în mod echitabil și nediscriminatoriu, în baza unor criterii transparente și obiective. Timpii de antenă gratuit ar trebui să fie disponibili la momente când este cel mai probabil să fie accesibile majorității telespectatorilor, iar alocarea lor este ghidată de principiul egalității. Publicitatea politică plătită ar trebui să fie pusă la dispoziția tuturor partidelor concurente în condiții și tarife egale, iar publicul ar trebui să fie conștient de faptul că mesajul este o publicitate politică plătită.

Codul Electoral prevede că în timpul campaniei electorale pentru alegerile parlamentare și referendumului republican, radiodifuzorii naționali, listă cărora este anunțată de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului la începutul campaniei, vor acorda gratuit cinci minute de emisie la televiziune și 10 minute de emisie radio concurenților pentru a le permite să prezente platformele alegătorilor. Codul Electoral obligă radiodifuzorii publici să acorde timp de antenă gratuit concurenților electorali în mod egal și nediscriminatoriu. Radiodifuzorii publici ar trebui să ofere concurenților electorali timp de antenă gratuit egal cu un minut pe zi pentru publicitatea electorală.

În ceea ce privește publicitatea plătită există o limită de maximum două minute pe zi ce pot fi procurate de fiecare concurent. Timpii de antenă pentru spoturile electorale se acordă la aceeași oră de emisie. Publicitate electorală plătită trebuie să poarte inscripția „Electorală”

### **Evaluarea cantitativă**

Când sunt monitorizate programele cu acces direct, cum ar fi spoturi publicitare gratuite, adresările candidaților etc, timpul acordat jucătorilor politici este variabilă-cheie, iar candidații urmează să obțină același timp și de asemenea, programele cu diferiți candidații trebuie să fie difuzate la aceeași perioada zilei. Volumul de timp oferit candidaților poate fi diferit, ceea ce este bine atâta timp cât concurentul a decis să nu utilizeze întreaga porțiune a timpului său.

NUME	ENTITATE	GEN	TIMP

### **Evaluare calitativă**

Concurenții trebuie să fie liberi să decidă ei înșiși asupra conținutului mesajelor acestora. Dacă un anumit candidat comunica un mesaj care nu este în conformitate cu limitele legale, răspunderea juridică ar trebui să fie pe umerii concurentului și nu pe mass-media.

- Cazurile de întrerupere a spotului, sau informații cu privire la încercarea de a cenzura spotul ar trebui să fie monitorizate cu atenție.

### **Dezbateri și interviuri**

#### ***Evaluarea calitativă***

Codul Electoral prevede că, în timpul campaniei electorale pentru alegerile parlamentare și referendumul republican, radiodifuzorii naționale sunt obligați, iar cei regionale și / locali sunt în drept de a organiza dezbateri electorale. Formatul, durata și frecvența dezbaterilor electorale trebuie să fie decise de către radiodifuzori și făcute publice la organele electorale și concurenții electorali cel puțin cu trei zile calendaristice înainte de difuzarea fiecărei emisiuni.

Dezbateri, în special dezbateri între candidaților, sunt programe importante care permit alegătorilor să compare în mod direct participanții și să-și creeze o opinie despre ei. În cazul în care dezbaterile au drept scop acordarea de timp egal tuturor participanților, va fi efectuată analiza cantitativă folosind o combinație de variabile ca și în cazul de monitorizare cantitativă a programelor de acces direct - Nume, Entitate, Gen și Timp. În cazul în care dezbaterile nu vizează distribuția egală a timpului între participanții la dezbateri, este important să analizăm un set diferit de probleme inclusiv evoluția balanței și varietății de alegere a participanților, precum și relevanța lor în legătură cu tema de dezbateri. Atunci când analizăm dezbaterile și interviurile, ne uităm la următorul set de aspecte:

- Cine ia parte la dezbaterile difuzate? Fiecare candidat are șanse reale?
- Care este ordinea în care vorbesc concurenții? (Poziția cea mai avantajoasă este de a vorbi primul și de a rezuma ultimul - a obține primul și ultimul cuvânt.)
- Toți candidații sunt invitați să ia parte în cazul unor interviuri speciale ce țin de campanie?
- Care sunt întrebările? (Atât în dezbateri, cât și interviuri întrebările sunt importante. Sunt acestea critice și probatorii? Subiectul favorizează aspectele de campanie al unui candidat sau altuia?)
- Cine pune întrebările? (Este un intervievator, sau un grup ce reprezintă diferite radiodifuzori și puncte de vedere diferite?)<sup>17</sup>

## Educația alegătorilor

### *Evaluare calitativă*

Programele de educație a alegătorilor trebuie să fie disponibile în mass-media pentru a oferi alegătorilor informații despre procesul electoral. În mod ideal, programele de educație ale alegătorilor ar trebui să fie transmise atunci când este cel mai probabil de a fi vizionate de majoritatea telespectatorilor.

Codul Electoral prevede că mass-media de stat, la solicitarea organelor electorale trebuie să difuzeze, gratuit, spoturi de educație civică și spoturi electorale, precum și să elaboreze campanii de informare a alegătorilor cu privire la procedura de vot și alte probleme pertinente. La monitorizarea programelor de educație a alegătorilor (EA), următorul set de întrebări este important:

- Cine organizează EA? (Comisia Electorală Centrală, / ONG-urile/grupurilor civice, partidele politice sau mass-media?)
- Este cuprinzătoare? (abordează probleme precum: cum și unde te poți înregistra, cum se verifică listele alegătorilor, cum sunt delimitate circumscripți-

---

17 Vezi Oxford Media Research, 2005

ile, cum și unde votezi, ce acte de identitate sunt necesare la secția de votare, abordează și explică aspect legate de caracterul secret al votului?)

- Este imparțială? (Educația alegătorilor nu trebuie să sugereze alegătorilor, chiar și subtil, că aceștia ar trebui să voteze pentru un partid, decât pentru altul)
- Ajunge la toată populația? (Există educație țintită a alegătorilor pentru a se asigura că ajunge la grupurile defavorizate: femei, minorități etnice, persoanele cu handicap, etc persoane analfabete? Educația alegătorilor este oferită în limbile minorităților?)<sup>18</sup>

## Subiecte

În plus față de măsurarea și evaluarea reflectării actorilor și entităților politice specifice, este important de a capta probleme (subiecte), prezentate în mass-media pe parcursul monitorizării alegerilor – cât de mult timp a fost acordat de mass-media problemelor ce țin de alegeri, cât de multă educație a alegătorilor a existat și evaluarea reflectării mediatică în raport cu standardele jurnalismului profesionist și respectarea codurilor de etică. După cum este descris în secțiunea 3, *unitatea de analiză* este *item*. Este evaluat în raport cu variabilele – *durata item, subiectul*.

Canal:	Data:	Numele Monitorului:
<b>TIPUL PROGRAMULUI</b>	<b>SUBIECT</b>	<b>TIMP - DURATA ITEM</b>

*Tipul programului:* Lista tipurilor de program ar trebui să includă: știri, programe cu acces direct (divizate în gratuite și achitate), dezbateri și interviuri, (poate fi divizate în programe electorale speciale și programe periodice), alte programe.

*Subiect:* Subiectul este tema principală a unei știri. Lista de subiecte include divizarea diferitor teme legate de alegeri sau politica. Lista ar trebui să fie clar definită pentru a ușura atribuirea unui conținutului știrii și subiectul. Subiectul trebuie să corespundă sau să reflecte ideea principală a conținutului. Fiecărei știri îi este alocat doar un subiect.

*Ora - durata elementului:* Durata este timpul acordat unui anumit element. Este măsurat în secunde, folosind un sistem de măsurare cât mai precis posibil pentru a obține rezultatele cele mai exacte. În programele de știri, un element este o știre separată (conținut). Pentru alte programe - publicitatea, programele de acces direct, educația alegătorilor - un element este piesa întreaga. Pentru dezbateri și interviuri, elementul este fiecare segment cu un vorbitor separat și un subiect separat

<sup>18</sup> Vezi Oxford Media Research, 2005

## 5. O ALTĂ ABORDARE: MONITORIZAREA AUDIENȚEI

O abordare adițională ce poate fi folosită pentru a suplimenta monitorizarea calitativă este de a desfășura activități de cercetare, care vor oferi informații cu privire la reacțiile publicului la produsul difuzat. Aceasta se poate face în două moduri: sondaje și grupuri țintă. Sondajele sunt o formă de studii cantitative a audienței, care ar trebui să fie efectuate doar de către instituții pregătite și cu experiență. Grupurile țintă, pe de altă parte, sunt o formă de studiu calitativ a audienței care pot fi ușor de utilizat de către CCA sau TRM pentru a evalua impactul programatelor difuzare. Grupurile țintă pot fi de asemenea folosite pentru a pre-testa posibile întrebări dacă planificați efectuarea unui sondaj.

Scopul principal al discuțiilor din cadrul grupului țintă este să se înțeleagă mai temeinic modul în care publicul percepe programele pe care le vede sau le aude. Aceștia pot fi întrebați cum au înțeles (și ceea ce își amintesc) reflectarea unui anumit aspect, prezentare a unui anumit grup social, percepția publicității, precum și multe alte probleme. Grupurile țintă sunt deosebit de utile în a ajuta monitorii să formuleze indicatori care le va permite să înțeleagă întrebări dificile calitative de monitorizare. De exemplu, poate fi mai ușor de a monitoriza publicitatea pentru alcool pentru a determina dacă aceasta face apel la tineri, în cazul în care există discuții în grupul țintă cu tinerii despre cum percep publicitatea pentru alcool

Există mai multe modalități standard pentru organizarea grupurilor țintă.<sup>19</sup> În primul rând, aceste grupuri ar trebui să fie compuse din persoane cu același nivel de educație sau interese. Ar putea fi persoane care lucrează sau studiază în același loc, sau părinții de la o școală sau grădiniță, sau membrii unui club social. Deși, în mod inevitabil vor exista dezacorduri în cadrul grupului, scopul nu este de a crea o dezbateră polarizată, care ar putea degenera în apărarea unor opinii înrădăcinate, ci mai degrabă de a avea o discuție deschisă și onestă.

În al doilea rând, dimensiunea grupului este importantă. Ar trebui să fie între aproximativ șase și 10 persoane. Un grup mai mic nu este suficient dacă se dorește o varietate de puncte de vedere, în timp ce un grup mai extins ar putea fi prea mare pentru membrii mai puțin încrezător ai grupului în ce privește exprimarea ideilor. Un grup care este prea mic sau prea mare este probabil să fie dominat de cel mai puternic, articulat și încrezut membru.

Întâlnirile grupului ar trebui să dureze aproximativ două sau trei ore, cu un moderator care conduce discuția. Reuniune ar trebui să fie înregistrate, de preferință o înregistrare audio sau video, pot fi luate și notițe (în acest caz va fi necesară o persoană care să facă note, deoarece moderatorul nu poate îndeplini această sarcină).

Formatul discuției nu este nici interviu și nici dezbateră. Este o discuție structurată în jurul unui set de întrebări puse de moderator. O abordare comună în ce privește grupurile țintă în mass-media ar fi difuzarea clipurilor audio sau video și solicitarea reacției grupului. Astfel, pentru a continua exemplul cu publicitatea pentru alcool și

19 Vezi, de exemplu, A Hansen, S Cottle, R Negrine and C Newbold, *Mass Communication Research Methods*, London 1998.

tinerii, grupul țintă poate consta din difuzarea unei publicități pentru alcool participanților și solicitarea reacției acestora. O organizație de monitorizare a mass-media a realizat discuții cu grupul țintă pentru a stabili reacțiile publicului la problema eticii și echilibrului în știri (sau „pluralismul social”). Aceste grupuri țintă au discutat următorul set de întrebări:

- Ai văzut / auzit această știre atunci când a fost difuzată pentru prima oară?
- Este ușor de înțeles această știre?
- Este corectă această știre (sau cel puțin credibilă)?
- Aveți încredere în această sursă de informații cu privire la acest subiect?
- A fost etic?
- Vi s-a oferit toate informațiile de care aveți nevoie despre acest subiect?
- Cei afectați de știre au avut posibilitatea de a-și expune părerea?
- A fost o știre de fapt – a meritat să fie difuzată?
- Ați mai văzut această știre difuzată în alte surse de informație în masă? Dacă da, a fost aceeași versiune ca și aceasta.<sup>20</sup>

Este important să se sublinieze că informațiile care pot fi acumulate de la grupurile țintă sunt strict calitative. Nu este posibil de a extrapola constatările grupului țintă pentru a concluziona ce „gândește lumea”, și nici nu este posibil de a compara diferite observații ale grupului țintă în mod cantitativ. Ar putea fi util însă, folosirea grupurilor pentru a elabora indicatori calitativi. Grupurile țintă sunt utilizate pe scară largă în cercetarea mass-media de diferite tipuri: de către agențiile de publicitate comercială, de către partidele politice, de către monitorii media.<sup>21</sup>

---

20 Media Monitoring Project Namibia, “Procedure for MMPN Focus Groups,” 2002.

21 Pentru un bun ghid succint în ce privește grupurile țintă, vezi Fritz Scheuren, *What is a Survey?*, Chapter 5, American Statistical Association, available at <http://www.whatisasurvey.info/>.



## 6. CONCLUZIE

Acest document a oferit un set de metodologii de monitorizare pentru a aborda problemele comune care pot fi abordate de CCA și TRM. Trebuie subliniat că formatul exact al fiecărei activități de monitorizare a mass-media depinde de accentual cercetării. În exemplele pe care le-am oferit, există instrumente care permit monitorilor să răspundă la următoarele întrebări, printre altele:

- Există echilibru și corectitudine în reflectarea campaniilor electorale de către radiodifuzori?
- Radiodifuzorii asigură echilibrul în reflectarea problemelor sociale litigioase?
- Există echilibrul de gen în ce privește vocile citate în programele de știri?
- Agențiile de publicitate respectă cerințele legale cu privire la conținutul publicității pentru băuturile alcoolice?

În plus, metoda de monitorizare de bază va permite măsurarea timpului acordat pentru publicitate, proporția de producție autohtonă, proporția emisiunilor în limba națională, precum și alte cerințe de bază cantitative legale.

Acest document a identificat, de asemenea, unele abordări pentru monitorizarea calitativă a reflectării politice și mai larg, care va permite monitorilor să identifice problemele de interes potențial pentru regulatori și radiodifuzori.

Cu toate acestea, abordările descrise aici nu sunt o listă exhaustivă a metode de monitorizare a mass-media, și nici nu ar fi posibil. Ceea ce am făcut, mai degrabă, este să descriem instrumentele de monitorizare de bază și instrumente de analiză care pot fi apoi aplicate la alte cercetare. Pentru a face acest lucru, este important ca unitățile de monitorizare să respecte strict principiile de bază ale cercetării sociale descrise în acest document. Selectarea indicatorilor pentru monitorizare trebuie să fie întemeiată – ei trebuie să arate în mod autentic ceea ce intenționează să arate - și trebuie să fie fiabili. Fiabilitatea presupune monitori de înaltă calificare, care vor atinge o coerență totală în monitorizare prin practică și consultare.

Monitorizare mass-media are ca bază standardele legale și etice care reglementează jurnalismul și radiodifuziunea. Aceasta se desfășoară mai degrabă într-un spirit de cercetare, pentru a înțelege și de a îmbunătăți calitatea radiodifuzorilor, decât o cerință îngustă și punitivă de a se conforma unui set de reguli. Sperăm că acest document conține instrumentele necesare pentru a realiza această sarcină.

## ANEXĂ

Următoarele liste de coduri au fost elaborate de Oxford Media Research pentru monitorizarea alegerilor din 2005 în Moldova. Dacă sunt actualizate, acestea ar putea constitui baza de coduri pentru monitorizarea politică și non-politică conform metodologiile descrise în acest document.

<b>Cod voce</b>	<b>Nume voceEng</b>	<b>Nume voceRom</b>
PCRM	Partidul Comuniștilor	Partidul Comuniștilor
AMN	Alianța "Moldova noastră"	Alianța "Moldova noastră"
PA	Partidul Agrar	Partidul Agrar
PSM	Partidul Socialist din Moldova	Partidul Socialist din Moldova
PPCD	Partidul Popular Creștin Democrat	Partidul Popular Creștin Democrat
PSDM	Partidul Social-Democrat	Partidul Social-Democrat
PS	Partidul Socialiștilor	Partidul Socialiștilor
RAV	Mișcarea social-politică republicană "Ravnopravie"	Mișcarea social-politică republicană "Ravnopravie"
PNT	Partidul Național Român	Partidul Național Român
PR	Partidul Republican	Partidul Republican
UM	Uniunea Muncii	Uniunea Muncii
UC	Uniunea Centristă	Uniunea Centristă
IND	Independent candidates	Independenți
PRES	President	Președintele
MIN	Ministers	Miniștrii
GUV	Government officials	Oficiali din guvern
ADL	Local government officials	Administrația publică locală
PA	Police/military	Poliția/armata
DIP	Foreign diplomats, officials and observers	Diplomați, oficiali, observatori străini
CET	Ordinary people	Cetățeni
SOC	Civil society	Societate civilă – ONG-uri
SIN	Trade unions	Sindicate
EXP	Experts	Experți (străini și locali)
BUS	Business	Business
MED	Media	Mass media
JUD	Judges and lawyers	Judecători, avocați
BIS	Church	Biserica
CEC	Central Election Commission	Comisia Electorală Centrală
SO	Opinion polls	Sondaje de opinie
OPP	Opposition (unspecified)	romOpposition

**Nume subjectEng**

Politics  
Local government  
Human rights  
Gender  
Minorities  
Economy  
Environment  
Health  
Education  
Corruption  
Crime  
Police. security, military  
Media  
Foreign relations  
Culture and entertainment  
Law and Constitution  
Sport  
Social issues  
Transnistrean issue  
European integration  
Electoral process

**Nume subjectRom**

Politic  
Administrația publică locală  
Drepturile omului  
Genul  
Minoritățile  
Economie  
Mediu  
Sănătate  
Educație  
Corupție  
Crimă  
Poliție/Securitate/Armată  
Presa  
Relații externe  
Cultură și divertisment  
Legea și Constituția  
Sport  
Probleme sociale  
Problema transnistreană  
Integrarea europeană  
Proces electorale

<b>CodRegiune</b>	<b>Nume regiuneEng</b>	<b>Nume regiune Rom</b>
AN	Anenii Noi	Anenii Noi
BAS	Basarabeasca	Basarabeasca
BR	Briceni	Briceni
CAH	Cahul	Cahul
CAN	Cantemir	Cantemir
CLR	Călărași	Călărași
CAU	Căușeni	Căușeni
CIM	Cimișlia	Cimișlia
CR	Criuleni	Criuleni
DON	Dondușeni	Dondușeni
DR	Drochia	Drochia
DUB	Dubăsari	Dubăsari
EDN	Edineț	Edineț
FAL	Falești	Falești
FLR	Florești	Florești
GL	Glodeni	Glodeni
HON	Hincești	Hincești
IAL	Ialoveni	Ialoveni
LV	Leova	Leova
NIS	Nisporeni	Nisporeni
OC	Ocnîța	Ocnîța
OR	Orhei	Orhei
REZ	Rezina	Rezina
ROS	Rișcani	Rișcani
SNG	Songerei	Songerei
SOR	Soroca	Soroca
STR	Strășeni	Strășeni
SOL	Șoldănești	Șoldănești
SV	Ștefan Voda	Ștefan Voda
TAR	Taraclia	Taraclia
TEL	Telenești	Telenești
UNG	Ungheni	Ungheni
C	Chisinau	Chisinau
TR	Transnistria	Transnistria
B	Balti	Balti
INT	International	International

Cod limba	limbaEng	LmbaRom
ROM	Romanian	Limba Română
RUS	Russian	Limba Rusă
GAG	Gagauz	Limba Gagauz

### **Nume CandidatEng**

Partidul Comuniștilor  
 Alianța "Moldova noastră"  
 Partidul Agrar  
 Partidul Socialist  
 Partidul Popular Creștin Democrat  
 Partidul Social-Democrat  
 Partidul Socialiștilor  
 Mișcarea social-politică republicană  
 "Ravnopravie"  
 Partidul Național Român  
 Partidul Republican  
 Uniunea Muncii  
 Uniunea Centristă  
 Independent candidates

### **Nume CandidatEng Rom**

Partidul Comuniștilor  
 Alianța "Moldova noastră"  
 Partidul Agrar  
 Partidul Socialist  
 Partidul Popular Creștin Democrat  
 Partidul Social-Democrat  
 Partidul Socialiștilor  
 Mișcarea social-politică republicană  
 "Ravnopravie"  
 Partidul Național Român  
 Partidul Republican  
 Uniunea Muncii  
 Uniunea Centristă  
 Independenți

**Numele publicației Eng**

Moldova Suverana  
Nezavisimaia Moldova  
Timpul  
Saptamîna  
Moldavskie vedomosti  
Komsomolskaia Pravda  
SP  
Vesti Gagauz  
Unghiul  
Radio Moldova  
Antena C  
Russkoe Radio  
Hit FM  
Serebrenii dojdi  
Radio Nova  
Europa Plus  
Kiss FM  
Russkoe Radio (Balti)  
Teleradio Gagauzia  
Pro FM  
Moldova 1  
NIT  
Pervii Canal  
Pro TV  
Euro TV  
TV 21  
RIF  
TV Balti  
Blue Star TV  
TV Gagauzia  
Cim TV  
Cvant TV

**Numele publicației Rom**

Moldova Suverana  
Nezavisimaia Moldova  
Timpul  
Saptamîna  
Moldavskie vedomosti  
Komsomolskaia Pravda  
SP  
Vesti Gagauz  
Unghiul  
Radio Moldova  
Antena C  
Russkoe Radio  
Hit FM  
Serebrenii dojdi  
Radio Nova  
Europa Plus  
Kiss FM  
Russkoe Radio (Balti)  
Teleradio Gagauzia  
Pro FM  
Moldova 1  
NIT  
Pervii Canal  
Pro TV  
Euro TV  
TV 21  
RIF  
TV Balti  
Blue Star TV  
TV Gagauzia  
Cim TV  
Cvant TV



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 98

din 19.07.2012

### cu privire la clasificarea programelor audiovizuale în scopul protecției copiilor

Publicat : 24.08.2012 în Monitorul Oficial Nr. 177-180 art Nr : 1080

*MODIFICAT*

*DCCA163 din 23.11.12, MO22-25/01.02.13 art.97*

Avînd în vedere dubla calitate a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul audiovizualului, ținînd cont de obligațiile care-i revin prin lege de a stabili norme de reglementare, inclusiv cu privire la protecția copiilor și responsabilitatea de a asigura, în programele audiovizuale, protecția dezvoltării fizice, mentale și morale a acestora, convinși că scopul unor astfel de măsuri, precum ar fi utilizarea sistemelor de control parental sau a etichetării programelor, trebuie să asigure un nivel adecvat de protecție a dezvoltării fizice, mentale și morale a copiilor, luînd în considerare efectele nocive ale consumului de droguri și alcool asupra copiilor, avînd certitudinea că radiodifuzorii și distribuitorii de servicii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova trebuie să se supună interdicției difuzării programelor care conțin pornografie, violență exagerată sau limbaj licențios, ținînd seama de propunerile experților europeni MarekMracka (coordonator de program al organizației de monitorizare a mass-media “MEMO98” din Slovacia) și Richard Carver (director Oxford Media Research din Marea Britanie), formulate în baza standardelor și practicilor mai multor state membre ale Uniunii Europene, care au fost discutate în cadrul atelierului de lucru desfășurat la 24.11.2011 cu genericul “Asigurarea protecției minorului în programele audiovizuale. Norme de reglementare europene și lecții de învățat pentru Republica Moldova”, pentru a permite părinților sau reprezentanților legali ai copiilor să facă alegerea potrivită, astfel încît programele vizionate sau ascultate în familie ori numai de către copii să nu afecteze dezvoltarea fizică, mentală sau morală a acestora, în baza prevederilor Convenției Europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră,

Directivei serviciilor mass-media audiovizuale nr. 2010/13/UE a Parlamentului și Consiliului European din 10.03.2010 și ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, **Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

## **DECIDE:**

**Art. 1.** Pentru a permite părinților sau reprezentanților legali ai copiilor să facă alegerea potrivită, toți radiodifuzorii au obligația să pună la dispoziția publicului informații suficiente privind intervalul orar de difuzare, recomandările și avertizările acustice și vizuale, astfel încât programele vizionate sau ascultate în familie ori numai de către copii să nu afecteze dezvoltarea fizică, mentală sau morală a acestora; aceleași obligații sînt valabile și în cazul serviciilor de programe retransmise de către radiodifuzori.

**Art. 2.** Programele audiovizuale care pot afecta dezvoltarea fizică, mentală sau morală a copiilor pot fi difuzate numai dacă vizionarea este restricționată printr-un sistem de acces condiționat;  
în lipsa unui sistem de acces condiționat, difuzarea programelor respective se poate face numai în intervalul orar permis, potrivit clasificării programului în funcție de conținutul acestuia.

**Art. 3.** Este interzisă difuzarea în intervalul orar 6:00-20:00 de programe audiovizuale de studio sau realizate în direct în care se fumează, se consumă băuturi alcoolice ori se prezintă acte de comportament obscen.

**Art. 4.** În programele audiovizuale este interzisă ilustrarea unei informații cu imagini de natură pornografică.

**Art. 5.** Radiodifuzorii nu vor difuza producții audiovizuale care încurajează consumul de droguri, de asemenea, în știri și reportaje este interzisă prezentarea de detalii privind consumul de droguri, iar operele cinematografice care conțin scene privind consumul de droguri pot fi difuzate numai după ora 22:00.

**Art. 6.** Radiodifuzorii nu vor difuza în intervalul orar 6:00-23:00 producții audiovizuale care prezintă:

- a) violență fizică, psihică sau de limbaj, în mod repetat;
- b) scene de sex, limbaj sau comportament obscen;
- c) lupte libere nereglementate de federații sportive naționale sau internaționale.

**Art. 7.** Programele de știri și de actualități se supun cerințelor de protecție a copiilor și vizionării în familie. În cazul difuzării unor scene de violență sau cu impact emoțional negativ, avertizarea verbală a publicului este obligatorie; radiodifuzorii nu pot prezenta scene de violență în mod repetat în cadrul aceleiași producții audiovizuale, iar imaginile care prezintă execuții, oameni uciși sau voluntari ai morții, indiferent de motivația acestora, se difuzează numai în cazuri temeinic justificate.

**Art. 8.** Criteriile, în funcție de care se clasifică producțiile cinematografice difuzate în serviciile de programe, au drept scop asigurarea protecției copilului și informa-



rea publicului cu privire la conținutul acestora. Responsabilitatea clasificării acestor producții audiovizuale le revine titularilor de licență de emisie.

**Art. 9.** Criteriile generale de care titularii de licență de emisie vor ține cont în clasificarea producțiilor audiovizuale sînt următoarele:

- a) numărul și natura scenelor violente;
- b) utilizarea violenței și rolul acesteia în rezolvarea problemelor;
- c) modalitatea de prezentare prin imagini a scenelor de violență, tipul de plan utilizat, realismul reprezentării, rolul coloanei sonore în a genera frică ori angoasă;
- d) contextul în care este prezentat consumul de droguri și alcool;
- e) numărul și natura scenelor de nuditate, reprezentarea actului sexual;
- f) psihologia personajelor și reperele morale pe care acestea le oferă copiilor sau adolescenților;
- g) tipologia personajelor, scopul acțiunii acestora, gradul de violență;
- h) prezența și rolul copiilor în scene de violență;
- i) prezentarea femeii în ipostaze degradante;
- j) numărul și intensitatea scenelor de violență casnică;
- k) calitatea și tipologia limbajului;
- l) genul sau temele producțiilor audiovizuale.

**Art. 10.** În clasificarea producțiilor cinematografice, radiodifuzorii se vor ghida de clasificarea stabilită de producător și de clasificarea acceptată în cel puțin 2 state membre ale UE, în care filmul a fost difuzat.

**Art. 11.** Categoriile în care se încadrează producțiile audiovizuale în funcție de criteriile precizate la art. 8 sînt următoarele:

a) producții audiovizuale interzise copiilor sub 18 ani – se difuzează numai în intervalul orar 24:00-6:00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentînd un cerc de culoare roșie, iar în interiorul acestuia, numărul 18 de culoare albă.

Producțiile audiovizuale vor fi clasificate ca fiind nepotrivite și interzise copiilor sub 18 ani, în cazul în care conțin:

- Violență fictivă fezabilă, gravă și care duce la leziuni grave sau deces;
- Abuz sexual, indiferent dacă implică oameni reali, actori sau desene animate;
- Violență reală, care duce la leziuni grave sau deces;
- Acte sexuale frecvente, reprezentînd imagini explicite, sau orice acte sexuale unde organele genitale sunt vizibile;
- Consum de droguri.

b) producții audiovizuale interzise copiilor sub 15 ani – se difuzează numai în intervalul orar 22:00-6:00 și vor fi însoțite permanent de un semn de avertizare reprezentînd un cerc de culoare roșie, iar în interiorul acestuia, numărul 15 de culoare albă;

Producțiile audiovizuale vor fi clasificate ca fiind nepotrivite și interzise copiilor sub 15 ani, în cazul în care conțin:

- Violență fictivă fezabilă, gravă, care nu duce la leziuni grave sau deces;
- Violență reală sau fictivă, care nu este gravă, dar duce la leziuni grave sau deces;
- Conținut înspăimântător într-un mediu nerealist sau într-un mediu de zi cu zi, dar cu personaje nerealiste, care conține unul sau mai multe din următoarele elemente: oameni extrem de speriați, care nu sînt salvați imediat; suferință gravă, efecte sonore extrem de înfricoșătoare; leziuni grave; automutilare, corpuri mutilate;
- Unul sau două cazuri de acte sexuale vizibile sau acte sexuale frecvente care nu sînt vizibile, sau cazuri ocazionale de acte sexuale combinate cu limbaj sexual.
- Consum de droguri sau abuz de alcool, utilizarea de arme, reprezentate într-o lumină pozitivă sau comică.

c) producții audiovizuale interzise copiilor sub 12 ani – se difuzează numai după ora 20:00 și vor fi însoțite de un semn de avertizare reprezentînd un cerc de culoare roșie, iar în interiorul acestuia, numărul 12 de culoare albă;

Producțiile audiovizuale vor fi clasificate ca fiind nepotrivite și interzise copiilor sub 12 ani, în cazul în care conțin:

- Violență fictivă care nu este fezabilă, este gravă și duce la leziuni grave sau deces;
- Desene animate care conțin scene de violență gravă și care duc la leziuni grave sau deces;
- Violență reală, care duce la leziuni;
- Violență reală, care este gravă, dar nu poate duce la leziuni;
- Talk-show în care este redată utilizarea violenței fizice sau psihice (umilirea), care este aprobată de către prezentator sau public;
- Conținut înspăimântător, indiferent dacă mediul și personajele sînt sau nu realiste, care conțin una sau mai multe dintre următoarele elemente: corpuri mutilate, efecte de groază (nu extreme), oameni extrem de speriați, violență împotriva copiilor sau a animalelor, victime ale accidentelor, calamităților sau bolilor;
- Redarea neputinței adulților și a amenințărilor la adresa copiilor;
- Imagini cu transformări bruște și neașteptate a ființelor vii, conținut paranormal sau exorcism;
- Clipuri muzicale care conțin acte sexuale sau prim-planuri cu sîni, fese sau zona inghinală;
- Limbaj sexist sau discriminatoriu, care nu este descurajat în mod explicit (excepție făcînd cazul în care este vorbit de un antierou de desene animate);
- Consumul de droguri sau abuzul de alcool.

d) producții audiovizuale nerecomandate copiilor sub 7 ani – vor fi însoțite de

un semn de avertizare reprezentînd un cerc de culoare roşie, iar în interiorul acestuia, numărul 7 de culoare albă.

Producţiile audiovizuale vor fi clasificate ca fiind nerecomandate copiilor sub 7 ani, în cazul în care conţin:

- Desene animate reprezentînd violenţă, dacă nu este cu caracter distractiv;
- Violenţă fictivă sau reală care implică oameni reali, care nu sînt descrise în punctele a)-c) de mai sus;
- Talk-show în care este redată utilizarea violenţei fizice sau psihice (umilirea), care este aprobată de către prezentator sau public;
- Orice conţinut înspăimîntător descris în punctele a)-c) de mai sus.

*[Art.11 lit.d) în redacţia DCCA163 din 23.11.12, MO22-25/01.02.13 art.97]*

e) producţii audiovizuale care pot fi vizionate de copiii în vîrstă de pînă la 12 ani numai cu acordul sau împreună cu părinţii ori familia – se difuzează însoţite de un semn de avertizare reprezentînd un cerc de culoare roşie, iar în interiorul acestuia, majusculele AP (acord parental) de culoare albă;

**Art. 12.** Radiodifuzorii au obligaţia de a informa sonor şi vizual publicul, înainte de începerea difuzării, cu privire la genul producţiei audiovizuale şi, după caz, cu privire la restricţiile de vizionare potrivit criteriilor prevăzute la art. 11, durata anunţului nu va fi mai mică de 10 secunde.

**Art. 13.** Semnul de avertizare corespunzător trebuie expus pe toată durata programului.

**Art. 14.** Difuzarea anunţurilor promoţionale pentru programele AP, 12, 15 şi 18 se va face cu semnul de avertizare corespunzător.

**Art. 15.** Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcţia monitorizare.

**Art. 16.** A abroga Decizia CCA nr. 44 din 30.03.2010.

**Art. 17.** Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova şi pe pagina web a CCA.

PREŞEDINTELE CONSILIULUI  
COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

Marian POCAZNOI

Secretar

Dorina Curnic

Nr. 98. Chişinău, 19 iulie 2012.



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 99

din 19.07.2012

### cu privire la respectarea drepturilor și protecția copilului în programele audiovizuale

Publicat : 24.08.2012 în Monitorul Oficial Nr. 177-180 art Nr : 1081

Având în vedere dubla calitate a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul audiovizualului, ținând cont de obligațiile care-i revin prin lege de a stabili norme de reglementare, inclusiv cu privire la protecția copiilor și responsabilitatea de a asigura, în programele audiovizuale, protecția dezvoltării fizice, mentale și morale a acestora, convingși că măsurile luate pentru protecția copiilor trebuie să fie corelate cu dreptul fundamental la libertatea de expresie și că scopul unor astfel de măsuri trebuie să asigure un nivel adecvat de protecție a dezvoltării fizice, mentale și morale a copiilor, luând în considerație efectele nocive ale consumului de droguri și alcool asupra copiilor, interesați în cel mai înalt grad de creșterea și educarea copilului în spiritul valorilor și al idealurilor democratice, proclamate de Convenția Organizației Națiunilor Unite cu privire la drepturile copilului și de Convenția europeană a drepturilor omului, având certitudinea că radiodifuzorii și distribuitorii de servicii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova trebuie să se supună interdicției difuzării programelor care conțin pornografie, violență exagerată sau limbaj licențios, ținând seama de propunerile experților europeni Marek Mracka (coordonator de program al organizației de monitorizare a mass-media "MEMO98" din Slovacia) și Richard Carver (director Oxford Media Research din Marea Britanie), formulate în baza standardelor și practicilor mai multor state membre ale Uniunii Europene, care au fost discutate în cadrul atelierului de lucru desfășurat la 24.11.2011 cu genericul "Asigurarea protecției minorului în programele audiovizuale. Norme de reglementare europene și lecții de învățat pentru Republica Moldova", în baza prevederilor Convenției Europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră, Directivei serviciilor mass-media audiovizuale

nr. 2010/13/UE a Parlamentului și Consiliului European din 10.03.2010 și ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, **Consiliul Coordonator al Audiovizualului**

## **DECIDE:**

**Art. 1.** Radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova au obligația să respecte dreptul la protejarea imaginii, a vieții intime, private și familiale a copilului, iar necesitatea informării nu poate prevala în fața acestor drepturi.

**Art. 2.** La reflectarea evenimentelor cu participarea copilului, precum și participarea acestuia la un program audiovizual, radiodifuzorul trebuie să țină seama de interesul superior al copilului, de sensibilitatea și vulnerabilitatea specifice vârstei, în general, și de personalitatea acestuia, în particular.

**Art. 3.** Este interzisă difuzarea de imagini ori de fotografii ale corpului copilului decedat în cadrul programelor de știri, al dezbaterilor sau al reportajelor.

**Art. 4.** În cadrul serviciilor de programe audiovizuale este interzisă orice referire defavorabilă sau discriminatorie la originea etnică, naționalitatea, rasa ori religia copilului, precum și la o eventuală dizabilitate a acestuia.

**Art. 5.** După ora 22:00 este interzisă difuzarea în direct de programe audiovizuale la care participă copii în vârstă de până la 16 ani, cu excepția evenimentelor culturale și a competițiilor sportive.

**Art. 6.** Participarea copilului în vârstă de până la 16 ani la programe audiovizuale, altele decât evenimentele culturale și competițiile sportive, este posibilă numai cu acordul acestuia, precum și cu consimțământul al părinților sau, după caz, al reprezentantului legal.

**Art. 7.** Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea copiilor în vârstă de până la 16 ani, implicați în situații cu conotație negativă (accidente, infracțiuni, abuz sexual, abuz fizic sau psihic, dispute familiale, sinucideri, abuz de droguri, abuz de alcool etc.), inclusiv ca victime sau martori. Fac excepție situațiile în care jurnalistul acționează, cu acordul părinților sau tutorilor legali, în interesul superior al copiilor.

**Art. 8.** Este interzisă difuzarea oricăror indicii care ar putea duce la identificarea copilului de până la 16 ani infectat cu HIV/SIDA. Această interdicție se aplică chiar dacă intenția programului în cauză este de a discuta sau de a scoate în evidență problema socială.

**Art. 9.** În situația în care copilul în vârstă de până la 16 ani este victimă a unor infracțiuni, altele decât situațiile prevăzute la art. 7, 8, sau a fost supus unor abuzuri fizice ori psihice, difuzarea de imagini sau declarații este posibilă numai cu acordul copilului, precum și cu acordul părinților, al altui reprezentant legal ori, după caz, al persoanei în grija căreia se află copilul.

**Art. 10.** Este interzisă difuzarea programelor ce conțin reconstituiri ale infracțiunilor abuzurilor și altor situații cu conotație negativă, în care sînt prezenți copii de pînă la 16 ani, precum și interviuri sau declarații ale acestora în legătură cu subiecte intime, evenimente dramatice, din comunitate sau din familie, la care aceștia au fost martori.

**Art. 11.** În cazul copiilor cu vîrstă cuprinsă între 16 și 18 ani, care se află în diferite forme de detenție (reținut, arestat, deținut în penitenciar) sau au calitate procesuală în cadrul urmăririi penale (bănuț, învinuit, inculpat sau condamnat pentru comiterea unor infracțiuni), sînt victime sau martori ale abuzurilor fizice, psihice sau sexuale, aceștia pot apărea în programele audiovizuale dacă sînt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

- a) există acordul în scris al copilului;
- b) sînt luate măsuri de protecție a identității copilului;
- c) asistența avocatului în cazul în care este cercetat penal, reținut sau arestat.

**Art. 12.** Radiodifuzorii sînt obligați să informeze copilul, părinții sau reprezentantul legal al acestuia cu privire la drepturile lor înainte de filmare sau de înregistrare. De asemenea, acestora li se va explica scopul, contextul interviului și modul în care va fi utilizat.

**Art. 13.** Radiodifuzorii sînt obligați să difuzeze imaginile și datele copiilor dispăruți, la solicitarea inspectoratelor de poliție.

**Art. 14.** Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcția monitorizare și Serviciul juridic al CCA.

**Art. 15.** Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE CONSILIULUI  
COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

Marian POCAZNOI

Secretar

Dorina Curnic

Nr. 99. Chișinău, 19 iulie 2012.



Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 185

din 28.12.2012

#### cu privire la ponderea programelor autohtone în serviciile de programe audiovizuale

Publicat : 11.01.2013 în Monitorul Oficial Nr. 6-9 art Nr : 21

*MODIFICAT*

*DCCA23 din 04.03.13, MO252-257/08.11.13 art.1669*

Întru executarea Obiectivului 9 „Protejarea patrimoniului lingvistic și cultural-național” din „Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale pentru anii 2011-2015”, Consiliul Coordonator al Audiovizualului, ținând cont de obligațiile care-i revin prin lege de a stabili norme de reglementare, inclusiv cu privire la protejarea patrimoniului lingvistic și cultural-național, în cadrul ședinței CCA din 31 ianuarie curent a examinat proiectul de decizie „Cu privire la ponderea producției autohtone în serviciile de programe audiovizuale”.

În conformitate cu prevederile art. 9, alin. (1) al Legii privind transparența în procesul decizional, CCA a plasat pe pagina web și a remis spre examinare proiectul menționat diferitelor instituții și organizații obștești (Asociația Națională Patronală a Radiodifuzorilor din Republica Moldova, Consiliul de Presă, Ministerul Educației al Republicii Moldova, Centrul pentru Jurnalism Independent, Asociația Patronală a Radiodifuzorilor din Republica Moldova, Asociația Presei Electronice din Moldova, și Asociația Obștească „APOLLO”), solicitând prezentarea sugestiilor și recomandărilor vizavi de proiectul de decizie nominalizat.

Propuneri au parvenit doar de la Asociația Obștească „APOLLO”, de la celelalte instituții nu au parvenit nici un fel de obiecții.

*În urma dezbaterilor publice și în vederea protejării patrimoniului lingvistic și cultural-național și luînd în considerare dubla calitate a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul audiovizualului, în scopul aplicării dispozițiilor art. 3, alin. (8) și (9), 11, 35, 39-41 și 48 ale Codului audiovizualului nr. 260 din 27.07.2006, art. 10 și 28 ale Convenției Europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră, art. 68 și 78 ale Directivei 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale, Consiliul Coordonator al Audiovizualului [Alineat în redacția DCCA23 din 04.03.13, MO252-257/08.11.13 art.1669]*

## **DECIDE:**

**Art. 1.** Începînd cu 01.04. 2013, ponderea programelor autohtone în serviciile de programe ale radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova va constitui nu mai puțin de 30% din volumul emisieii săptămînale, dintre care cel puțin jumătate vor fi difuzate în orele de maximă audiență în limba de stat. Publicitatea, promo și teleshopping-ul nu se includ la calcularea coraportului de programe autohtone.

**Art. 2.** Posturile de televiziune și radio al căror volum de programe autohtone este mai mic de 30% din emisia săptămînală, vor prezenta spre aprobare Consiliului Coordonator al Audiovizualului, pînă la data de 01.03.2013, noile concepții generale ale serviciilor de programe.

**Art. 3.** Prezenta decizie va fi publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE  
CONSILIULUI COORDONATOR  
AL AUDIOVIZUALULUI

Marian POCAZNOI

Nr. 185. Chișinău, 28 decembrie 2012.





Republica Moldova

## CONSILIUL COORDONATOR AL AUDIOVIZUALULUI

### DECIZIE Nr. 1

din 25.01.2013

#### cu privire la difuzarea mesajelor de promovare a modului sănătos de viață

Publicat : 22.02.2013 în Monitorul Oficial Nr. 36-40 art Nr : 218

Avînd în vedere dubla calitate a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, de garant al interesului public și de unică autoritate de reglementare în domeniul audiovizualului, ținînd cont de atribuțiile care-i revin prin lege de a stabili norme de reglementare precum și de necesitatea respectării principiilor de protecție a sănătății și a modului sănătos de viață, luînd în considerație că publicitatea produselor alimentare, inclusiv a celor destinate copiilor nu trebuie să încurajeze consumul excesiv de alimente sau să sugereze renunțarea la consumul de fructe, legume sau de alimente naturale, în scopul informării și asigurării educației pentru sănătate și o alimentație sănătoasă a populației, în baza prevederilor Convenției Europene cu privire la Televiziunea Transfrontalieră, Directivei serviciilor mass-media audiovizuale nr. 2010/13/UE a Parlamentului și Consiliului European din 10.03.2010 și ale Codului audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, Consiliul Coordonator al Audiovizualului

### DECIDE:

**Art. 1.** În cadrul calupurilor publicitare ce promovează produse alimentare radiodifuzorii trebuie să difuzeze alternativ unul dintre următoarele mesaje de avertizare:

- a) „Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic cel puțin 5 fructe și legume.”;
- b) „Pentru o viață sănătoasă, faceți mișcare cel puțin 30 de minute în fiecare zi.”;
- c) „Pentru o viață sănătoasă, consumați zilnic minimum 2 litri de apă.”;
- d) „Pentru o viață sănătoasă, respectați mesele principale ale zilei.”;
- e) „Pentru sănătatea dumneavoastră evitați excesul de sare, zahăr și grăsimi.”.

**Art. 2.** Toate mesajele de avertizare prevăzute la art. (1) se difuzează alternativ pe parcursul unei zile, câte un mesaj inserat la sfârșitul unuia dintre calupurile publicitare din cadrul fiecărei ore date din intervalul orar 06:00 - 22:00. Mesajele de avertizare trebuie să fie sonorizate, iar durata acestora nu va fi mai mică de 5 sec.

**Art. 3.** În perioada în care se difuzează un spot social recomandat de Consiliul Coordonator al Audiovizualului, radiodifuzorii pot renunța la difuzarea mesajelor de avertizare prevăzute la art. (1).

**Art. 4.** Controlul asupra executării prezentei decizii îl exercită Direcția monitorizare și Serviciul juridic al CCA.

**Art. 5.** Prezenta decizie se publică în Monitorul Oficial al Republicii Moldova și pe pagina web a CCA.

PREȘEDINTELE  
CONSILIULUI COORDONATOR  
AL AUDIOVIZUALULUI

Marian POCAZNOI

Nr. 1. Chișinău, 25 ianuarie 2013.